Niveau(x) d'enseignement: 9 Numéro EDUQ : 8270813
Centre d'intérêt: 640

Ross, Vincent, 1941-.

L'animation sociale et les solidarités de support / Vincent Ross et Henri Tremblay. -- [Québec] : Ministère de l'éducation, Direction générale de la planification, 1971.
80 f. ; 28 cm. -- (Documents / Ministère de l'éducation, Direction générale de la planification. Etudes et recherches ; 2.15)

"Tévec : annexe technique no 6". Code: 28-1110. Notes (part. bibliographiques) au bas des p. Dépouillement partiel: Le "feedback" dans un système multi-média / Louise Bigras et Vincent Ross -- L'influence des visiteurs à domicile dans Tévec / Vincent Ross.

Cote Dewey: 374.9714/R826a Cote LC: LC/5254.2/.Q3

Descripteur(s): *Télévision éducative *Animation sociale *Communication *Participation *Rétroaction *Ressources didactiques *Education des adultes

Identificateur(s) de nom: *Tévec (Projet)

Identificateur(s) de sujet: *Visiteur à domicile

Ce document réunit trois notes de travail conçues à l'intention du Comité d'implantation de la télévision éducative pour les adultes. Etabli à partir d'études approfondies, le premier texte donne un aperçu général de la diversité des formules de participation mises de l'avant par Tévec et met notamment en relief les phases d'interaction entre les modes de communication et les processus de participation. Le deuxième texte propose un commentaire général sur le rôle central de la rétroaction dans un système multi-média de formation comme réponse à un besoin d'information périodique sur les résultats de son action. Le dernier porte sur un point bien précis de l'expérience Tévec: l'influence des visiteurs à domicile sur le taux de persévérance de la clientèle peu scolarisée du Tévec.

Type de document: r
Région(s) administrative(s): 02
Auteur de l'analyse: fr

EDUQ 8270813

DOCUMENTS
ETUDES ET RECHERCHES 2-15

L'ANIMATION SOCIALE ET LES SOLIDARITÉS DE SUPPORT

LE FEEDBACK DANS UN SYSTÈME MULTI-MÉDIA

L'INFLUENCE DES VISITEURS A DOMICILE DANS TEVEC

TEVEC : Annexe technique No 6

LOUISE BIGRAS
HENRI TREMBLAY
VINCENT ROCS

JUIN 1971

28-1110

E D U Q 8270813

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION
DIRECTION GÉNÉRALE DE LA PLANIFICATION

DOCUMENTS
ÉTUDES ET RECHERCHES **2-15**

L'ANIMATION SOCIALE ET LES SOLIDARITÉS DE SUPPORT

LE «FEEDBACK» DANS UN SYSTÈME MULTI-MÉDIA

L'INFLUENCE DES VISITEURS À DOMICILE DANS TEVEC

TEVEC: Annexe technique No 6

Louise Bigras
Henri Tremblay
Vincent Ross

juin 1971

28-1110

Gouvernement du Québec
Ministère de l'Education
Direction générale de la Planification

Documents
ETUDES ET RECHERCHES 2-15

Page 2: 1 - L'animation sociale et les solidarités de support
Vincent Ross et Henri Tremblay

Page 45: 2 - Le "feedback" dans un système Multi-Média
Louise Bigras et Vincent Ross

Page 60: 3 - L'influence des visiteurs à domicile dans TEVEC
Vincent Ross

Juin 1971

AVANT PROPOS

Les trois textes que nous réunissons dans cette annexe technique ont d'abord été conçus comme notes de travail à l'intention du comité d'implantation de la télévision éducative pour les adultes. Le premier texte présente, à partir d'études approfondies, un aperçu général de la diversité des formules de participation mises de l'avant par TEVEC et met notamment en relief les phases d'interaction entre les modes de communication et les processus de participation Le deuxième texte propose un commentaire général sur le rôle central du "feedback" dans un système multi-média de formation. Enfin, le dernier texte porte sur un point bien précis de l'expérience TEVEC: l'influence des visiteurs à domicile sur le taux de persévérance de la clientèle peu scolarisée de TEVEC.

Si nous reproduisons ces textes dans la série de documents "Etudes et Recherches", c'est que nous sommes d'avis que les phénomènes qu'ils mettent en évidence valent d'être connus d'un public plus large.

L'ANIMATION SOCIALE ET LES SOLIDARITES DE SUPPORT

Table des matières

Introduction

1 - Tévec, un système multi-média de communication éducative à l'échelle d'une région.

2 - Description des processus de participation suscités par Tévec.

3 - Les phases d'interaction entre les processus de communication et de participation dans l'expérience Tévec.

4 - Les effets de la participation induite par le système multi-média.

Conclusion

Annexe: code de lecture des diagrammes.

INTRODUCTION

Les formules les plus courantes caractérisant la conception et l'utilisation des moyens modernes de communication impliquent davantage une mentalité de diffuseur qu'une mentalité de communication, "c'est-à-dire qu'on essaie de propager des messages à l'adresse d'une opinion publique mythique sans s'occuper d'entrer dans une vraie relation avec les récepteurs" (1). Or cette mentalité de diffuseur prévaut aussi bien dans le domaine de la publicité que dans celui de la diffusion d'"informations" au sens large.

C'est contre cette "mentalité de diffuseur" qu'une expérience de télévision éducative comme celle de Tévec s'inscrit nécessairement puisque, pour être dite éducative au sens strict et non "culturelle" au sens courant, une communication de messages doit s'appuyer et se guider sur un "feedback" systématisé provenant des récepteurs. Dépassant le cadre de la communication "scolaire", nous voulons ici nous attarder à l'ensemble des processus de participation déclenchés par Tévec, sans pouvoir évidemment offrir de réponse globale ou exhaustive à ces préoccupations. Il s'agira seulement d'examiner quelques-uns des processus réels en cause et non de chercher à déterminer jusqu'à quel point Tévec s'est rapproché idéalement de la "mentalité de communication".

---

(1) Fernand DANSEREAU, Colloque sur les communications sociales, tenu à Amos, avril 1969, pp. 1-2.

Nous orienterons notre analyse selon trois axes principaux d'interrogations.

A) Nous examinerons d'abord le processus d'émergence d'une clientèle: comment Télec a-t-il mobilisé la participation de son public, et quel a été le processus concret de cette mobilisation dans le milieu même?

B) Nous dégagerons en second lieu les diverses phases de l'interaction entre les processus de communication et de participation dans l'expérience Télec. Après avoir noté les formes particulières sous lesquelles cette participation se manifeste, nous décrirons les processus sociaux permettant de soutenir, à la base, la participation du public. Cela devrait éventuellement contribuer à mieux répondre à la question suivante: quelles conditions un système socio-technique de communication ou un système "multi-média" doit-il respecter afin de mieux s'adapter aux particularités de divers publics plus ou moins hétérogènes?

C) Nous aborderons enfin brièvement l'influence d'une entreprise éducative comme Télec sur la participation à la vie sociale de la communauté locale ou régionale: à quelles conditions la technologie des télécommunications peut-elle servir à stimuler directement (ou à induire indirectement) un accroissement de la participation d'un public hétérogène aux processus socio-culturels ambiants?

Nous procéderons à cette analyse en trois étapes:

1 - Dans un premier temps, nous présenterons une "description commentée" de quelques éléments de l'expérience Tévec.

2 - Notre seconde opération consistera à décrire les processus de mobilisation et de soutien de la participation du public de Tévec.
   A) Le processus de mobilisation de la clientèle: la campagne d'inscription.
   B) Le processus de maintien de la participation:
      a) L'organisation de l'animation sociale et la structure régionale de participation.
      b) Le support de la participation des adultes en formation: les solidarités d'entraide.

3 - Dans une troisième opération, nous proposerons une réinterprétation dynamique de la description déjà faite; il s'agira d'identifier les phases de l'interaction entre les processus de communication et de participation dans l'expérience Tévec:
   A) la phase de mobilisation d'un public;
   B) la phase de mise à l'essai critique du système par le public;
   C) la phase de l'interaction cumulative entre la communication organisée et la participation du public actif.

4 - Enfin, nous mettrons en relief les effets de la participation produite par le système d'interaction:

A) Effets internes au système de formation lui-même:
- sur l'individu participant lui-même et sur son micro-milieu;
- sur la structure régionale de participation;
- sur l'organisation même de Têvec.

B) Effets externes au système de formation:
- sur la participation aux associations volontaires à prédominance "recherche de sociabilité" ou "action sur le milieu"
- sur la participation aux institutions politiques (conseil municipal, conseil scolaire, partis politiques):
  - recherche d'informations
  - militantisme
- sur la participation éventuelle à des projets de développement communautaire

1- TÊVEC, UN SYSTÈME MULTI-MÉDIA DE COMMUNICATION ÉDUCATIVE À L'ECHELLE D'UNE RÉGION:

L'objectif formel du programme expérimental de Têvec était de scolariser, jusqu'au niveau de la neuvième année, la fraction intéressée de la population adulte, dans la région du Saguenay-Lac Saint-Jean, au moyen d'un système de télécommunications multi-média transmettant des contenus scolaires "réguliers" (français, anglais, mathématiques) et des éléments de culture socio-économique centrés sur la région. Cet objectif formel de scolarisation se différenciait toutefois, au niveau de ses composantes, en des sous-objectifs plus variés, dont la visée stratégique la plus lointaine était de stimuler la population adulte à participer aux conditions du changement et du

développement social en la sensibilisant à une culture plus immédiatement articulée sur les réalités du monde contemporain. Dans cette perspective, l'action "scolaire" de Tévec visait donc à favoriser la transformation des attitudes, l'ouverture d'esprit, la "modernité psychologique", tout autant que l'acquisition systématique de connaissances dites "de base".

Le programme de formation de 48 semaines a été réparti en deux principales étapes: de janvier à juin 1968 et d'octobre 1968 à juin 1969, alors qu'eut lieu la première session d'examens. Un programme spécial de récupération a été organisé entre octobre et décembre 1969, suivi d'une seconde session d'examens: ce fut la troisième et dernière étape du programme pilote.

On peut diviser les éléments du système multimédia de Tévec en deux catégories:

1- Les moyens de télécommunication:
   a) Les cours télévisés quotidiens (diffusés par deux antennes dans la région).
   b) Les émissions (T.V.) "Télé-club" (émission hebdomadaire).
   c) Les documents d'accompagnement (diffusés par la poste):
      - cours imprimés (matières)
      - exercices pédagogiques
      - questionnaires de recherche
      - cartes IBM ("Sense-a-Mark") à l'usage de la clientèle inscrite, servant à répondre aux questionnaires pédagogiques et de recherche.

2- Les cadres formels d'accueil, d'"amplification" et de support de la communication dans le milieu:

a) La structure régionale de participation: les comités locaux, les comités de secteurs (les quatre régions scolaires) et le comité consultatif régional.
   - Les téléclubs (discussions de groupe, animées à partir de l'émission "Télé-club" et organisées par les comités locaux).
   - Les Centres de révision (classes ouvertes une fois par semaine pour discuter et résoudre avec des enseignants les difficultés rencontrées durant la semaine; ils étaient suscités par les comités locaux et administrés par la commission scolaire régionale).

b) Les centres autonomes (organisation spontanée d'un cadre d'entraide remplaçant, à la dernière étape, les "centres de révision"; une équipe de dix animateurs pédagogiques était chargée de visiter périodiquement chaque centre formé sur la base de liens de parenté, d'amitié ou de voisinage).

c) Les visiteurs à domicile (personnes-ressources employées pour supporter la participation et la motivation des personnes de 0 à 5 années de scolarité durant la deuxième étape seulement).

Il n'est pas nécessaire de souligner longuement ici les caractéristiques majeures (que le lecteur aura déjà reconnues) du système mis en oeuvre par Télec: informations transmises à distance et captées directement dans un cadre social organisé pour les relayer, les amplifier et les assimiler de

diverses manières (1); canaux de "feedback" différé permettant à l'organisation centrale d'ajuster périodiquement certains aspects de son fonctionnement. Bref, un système de télécommunications visant un public régional, système organisé au niveau de la réception de manière qu'il fonctionne dans les deux sens.

Nous reviendrons plus loin aux diverses propriétés de ce système après en avoir considéré le fonctionnement du point de vue des processus sociaux de participation qu'il a suscités lui-même et qui l'ont à leur tour influencé et modifié.

2 - DESCRIPTION DES PROCESSUS DE PARTICIPATION SUSCITÉS PAR TÉVEC

. Deux processus principaux feront ici l'objet de nos considérations: la mobilisation d'un public actif et le maintien de la participation suscitée chez ce public.

A) Le processus de mobilisation de la clientèle: la campagne d'inscription

Une action organisée de communication qui se donne pour objectif de scolariser un public hétérogène à l'échelle d'une région doit d'abord "mobiliser" ce public, c'est-à-dire le sensibiliser et l'inciter à accommoder ses attitudes et ses routines d'activités quotidiennes au degré requis pour intégrer parmi ces dernières une activité nouvelle: i.e. la

(1) En plus des cadres "formels" de la communication, mis en place par Télévec, il faut aussi tenir compte des cadres "informels" (parenté, voisinage, camarades de travail) surgissant spontanément du micro-milieu.

participation régulière à un processus d'assimilation et d'utilisation d'informations télédiffusées dans le milieu. Dans cette perspective plus réaliste, la participation n'est pas seulement un "effet" mécanique de la communication reçue: d'emblée, elle "va à sa rencontre" d'une manière active, soit pour la rejeter, soit pour l'assimiler à des routines de la vie quotidienne dans les micro-milieux.

Des études en cours nous ont permis de reconstituer plusieurs aspects importants de ce processus pour le cas de la campagne d'inscription de la clientèle "formelle" (1) de Télec à l'automne 1967.

Les opérations de la campagne d'inscription de Télec ont suivi deux voies parallèles pour atteindre le public potentiel dans la région:

1- la promotion publicitaire par les moyens de télécommunication (télévision, radio, journaux);
2- l'incitation personnelle directe, d'une part par l'équipe d'animation sociale dans le milieu, utilisant des rencontres de groupes (origine de la formation des comités locaux de la structure de participation) et des média imprimés de distribution locale (affiches, présentoirs, etc.); et d'autre part, par des responsables officiels d'inscription (embauchés temporairement parmi les éléments de la population locale).

---

(1) "Formelle", c'est-à-dire officiellement inscrite. L'auditoire "libre" (i.e. non inscrit) n'a pas fait l'objet de recherches particulières.

L'entourage immédiat de l'adulte a contribué par ailleurs largement à cette incitation personnelle directe. Etre un adulte s'exprime typiquement en affirmant que l'on "n'est plus un enfant d'école". Or Tévec demandait à des adultes de "retourner à l'école" en quelque sorte, et à une "école" d'un genre tout à fait inédit dans le milieu. On peut donc supposer que la décision de s'inscrire officiellement (c'est-à-dire d'une manière socialement visible) au programme de formation de Tévec ne pouvait être prise que dans un <u>contexte personnel</u> d'encouragement actif de la part des figures influentes dans l'entourage proche de l'adulte; et dans un <u>contexte impersonnel</u> également perçu comme favorable bien que plus lointain ("figures d'autorité" locales, associations volontaires, mass-média, "opinion publique régionale").

Du point de vue de la population <u>visée</u> par la campagne d'inscription, quatre situations résultantes étaient alors possibles:

a) l'individu reçoit la publicité télédiffusée et/ou les incitations locales de l'organisation de Tévec, <u>mais</u> aucune information transmise par des personnes de l'entourage proche ("leaders" informels);
b) l'individu ne reçoit <u>pas</u> la publicité télédiffusée et/ou les incitations locales de l'organisation de Tévec, <u>mais</u> des personnes de l'entourage proche lui transmettent l'information;
c) l'individu reçoit à la fois la publicité télédiffusée et/ou des incitations locales de l'organisation de Tévec <u>et</u> des informations transmises par des personnes de l'entourage proche;

d) l'individu ne reçoit ni la publicité télédiffusée ou les incitations locales de l'organisation de Tévec, ni l'information transmise par des personnes de l'entourage proche.

Dans la majorité des cas, les adultes effectivement inscrits à Tévec ont pris leur décision dans le contexte de mobilisation correspondant au type "C". En d'autres termes, les instruments de communication (à distance et/ou locale) mis en oeuvre par l'opération publicitaire de promotion n'ont pas provoqué directement la décision des adultes de s'inscrire à Tévec. Au contraire, la décision de s'inscrire (ou non) était prise au terme d'un processus "informel" de consultation, de délibération et même de négociation entre l'adulte intéressé et toutes les personnes qui, dans son entourage proche, se sentaient solidairement concernées par le bien-fondé ou les conséquences éventuelles de sa décision. Dans ce processus induit d'influence (ou de contre-influence, selon les cas), déclenché "en chaîne" dans les micro-milieux, les "leaders sociométriques" (ou "opinion leaders") semblent avoir joué un rôle médiateur important. Ces médiateurs d'information et d'influence étaient en général mieux informés sur le contenu des messages publicitaires de Tévec (pour tous les medias) que les personnes socialement moins actives. Ils étaient plus souvent capables de décrire la position (réelle ou imputée comme probable) des figures d'autorité locales et des associations volontaires de la localité à l'égard de l'inscription des adultes à Tévec. Enfin, ils étaient plus sensibles que les non-leaders au climat d'opinion et aux indices d'encouragement dans leur entourage proche, aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur de leur cercle familial, à l'égard de la décision éventuelle des personnes intéressées ou non à s'inscrire. Il est donc probable que les

micro-milieux défavorables à la participation proposée par Tévec ont dissuadé leurs membres de s'inscrire au programme de formation; nous n'avons toutefois pas été en mesure d'étudier ces groupes ou réseaux, nos questionnaires n'ayant atteint que les adultes effectivement inscrits. Nous savons toutefois que plusieurs centaines de personnes parmi la clientèle pourtant inscrite ont refusé par la suite de prendre possession du cartable envoyé par Tévec: plusieurs croyaient qu'il faudrait éventuellement le payer, en dépit des informations, plusieurs fois répétées par Tévec, les assurant que ce matériel était gratuit. Dans les deux cas, de toute manière, l'influence persuasive des télécommunications a été soumise à la censure et aux codes normatifs des solidarités de groupe ou de réseau dans les micro-milieux.

Le lecteur aura sans doute reconnu ici le modèle du "Two-step flow of Communication" développé depuis plus de vingt ans par P. Lazarsfeld, H. Gaudet, E. Katz et d'autres, de même que les processus analogues décrits par les modèles de "diffusion d'innovations", en particulier dans la littérature de sociologie rurale (E. Rogers et al.). Ajoutons seulement à ce sujet que, du moins pour ce qui concerne la réception des messages publicitaires diffusés par Tévec, comparée à la réception des mêmes informations transmises par des personnes de l'entourage social proche, les télécommunications proprement dites semblent avoir atteint directement, dans l'expérience Tévec, une proportion de personnes relativement plus grande (du moins dans la population inscrite) que dans les études inspirées des recherches de Katz et Lazarsfeld. Cela est probablement attribuable à la grande intensité de la campagne de publicité de Tévec, combinée avec le caractère de

participation personnelle intense impliquée par la décision éventuelle de s'inscrire à l'expérience. Dans les autres études rapportées dans la littérature, il s'agit le plus souvent de domaines d'activités sociales plus "routinisées" et suscitant une implication personnelle moins globale et plutôt périphérique: comportements de consommation, opinions d'affaires publiques, choix de films à voir, comportements électoraux (avant ceux de Chicago!), etc. (1)

B) Le processus de maintien de la participation

La participation, une fois stimulée et mobilisée par la communication, tend à prendre ensuite des formes spécifiques diverses et produit elle-même une amplification (et sans doute aussi des distorsions et des interprétations) de cette communication au niveau local dans des réseaux sociaux multiples. Pour soutenir cette participation à Tévec, deux forces complémentaires sont entrées en action: 1) les activités de la structure régionale de participation et 2) les solidarités d'entraide dans le milieu social proche.

1) L'organisation de l'animation sociale et la structure de participation (*)

Tévec, avons-nous dit, ne s'est pas résumé à être une expérience de télécommunications: c'était aussi un réseau de comités à participation volontaire, composés principalement, à la base (au niveau local), de personnes inscrites

---

(1) Signalons toutefois l'étude plus théorique de Tamotsu SHIBUTANI, qui analyse des phénomènes de cet ordre à partir de cas historiques où l'implication personnelle des individus dans des situations de crise a été plus grande. Improvised News. A Sociological Study of Rumor. New York, The Bobbs-Merrill Co.,Inc., 1966.

(*) Nous résumons ici dans ses grandes lignes le contenu d'un document plus élaboré: Henri TREMBLAY: L'animation sociale et la structure régionale de participation de Tévec, DT. 2.011, Direction générale de la Planification, Ministère de l'Education, avril 1970.

à Tévec. Quatre comités de secteur regroupant les comités locaux de chacune des quatre régionales scolaires et un comité consultatif régional complétaient le réseau de communication et d'animation mis en place par Tévec (1).

Sans faire une description détaillée du fonctionnement des mécanismes de participation instaurés par l'animation sociale, nous nous interrogerons ici principalement sur la nature des canaux de participation mis en place: en quel sens les actions engagées sous le signe de l'animation sociale ont-elles favorisé la participation à cette entreprise de scolarisation massive?

Il faut d'abord rappeler les trois fonctions reconnues plus ou moins explicitement à l'animation sociale dans Tévec:

- mobiliser les ressources volontaires du milieu pour venir en aide aux adultes durant toute la période de formation;
- représenter la population et la faire participer(2) aux décisions relatives à la programmation et à l'organisation de Tévec;
- contribuer à l'émergence d'une "conscience régionale" chez la population adulte du territoire.

Pour concrétiser ces fonctions, on peut énumérer les principales activités et opérations effectuées par la structure régionale de participation.

---

(1) Les membres de cette structure de participation étaient assistés dans leur travail par quatre animateurs sociaux opérant à l'échelle des régions scolaires.

(2) Sous forme de consultation.

A la fonction de "mobilisation pédagogique" furent liés le centre de révision et le groupe de discussion "téléclub". La formule du téléclub poursuivait deux objectifs, mais son but principal était la mobilisation pédagogique par le biais de la motivation de la clientèle: "Ce qui nous intéresse au premier chef dans la formule télé-club, c'est la participation des élèves réguliers au télé-club. Il s'agit là d'un système d'auto-motivation pour l'élève qui nous apparaît d'une remarquable efficacité (...) c'est l'utilisation immédiate et spontanée de connaissances récemment acquises, et, du même coup, la perception par l'élève de la dimension et de la valeur des connaissances acquises" (1). Outre ces deux activités régulières (le centre de révision et le groupe télé-club), il faut citer des opérations comme l'inscription au projet Tévec et les examens. Le comité local n'a pas assumé la direction de ces opérations, mais a apporté une collaboration appréciée, en particulier au niveau de l'encouragement donné aux Tévécois afin qu'ils se présentent aux examens.

Par rapport à la fonction consultative (participation de la population aux décisions), il faut d'abord noter le rôle central joué par le Comité consultatif régional comme canal et comme lieu de délibération et d'échange d'informations et d'opinions concernant le déroulement du projet. A cet instrument permanent s'ajoutaient des opérations spéciales comme les trois Congrès régionaux organisés par la structure de participation et la consulation systématique entreprise, à la fin de la première étape, auprès des membres de la structure de participation et d'une partie de la population pour obtenir leur avis sur plusieurs aspects de Tévec (les "Cahiers de Doléances") et sur les sujets socio-économiques à traiter

---

(1) Guy MESSIER, Projet-Pilote Saguenay/Lac Saint-Jean. 2ème version, Avril 1967, pp. 28 et 30.

dans les cours télévisés de la deuxième étape. Pour compléter le tableau, mentionnons qu'un bulletin de liaison a été publié pour faciliter les communications aux trois niveaux de la structure de participation.

Quant à la fonction sociale (émergence d'une "conscience régionale"), le groupe de discussion du télé-club en constituait la principale activité du point de vue de la clientèle, étant donné que son objectif second consistait à "permettre, en plus de diffuser les informations et les pré-informations nécessaires à la compréhension d'un problème donné, la formation progressive d'opinions de plus en plus unifiées à propos d'une question ou d'un problème socio-économique et la discussion de ces opinions à l'échelle de la région ..." (1).

Enfin, il faut faire état d'une opération dont les effets ont recoupé l'ensemble des fonctions mentionnées: les sessions d'initiation au travail de groupe. Ces sessions visaient à combler des besoins ressentis au plan des connaissances du fonctionnement technique d'un comité ou de l'animation d'un groupe.

On peut maintenant dégager, en quelques propositions, le sens de la participation praticable dans le cadre d'une expérience comme Tévec.

Premièrement, concernant la fonction collective assignée à l'animation sociale dans Tévec (émergence de la "conscience régionale"), il est bien évident que Tévec n'a pas

---

(1) Guy MESSIER, Projet-Pilote Saguenay/Lac Saint-Jean, 2ème version, avril 1967, p.28

visé à réaliser une expérience systématique d'animation sociale au sens courant du terme, i.e. un effort concerté pour créer une mentalité et susciter une action organisée de nature à favoriser directement un développement socio-économique. Cela se dégage nettement de la définition même du projet, bien que certains éléments de cette définition, pris isolément, puissent avoir prêté à confusion. La notion de participation associée à l'animation sociale s'apparentait beaucoup plus, dans le contexte propre de Tévec, à un moyen d'action qu'à un objectif stratégique à long terme poursuivi en tant que tel. Il existe donc une différence fondamentale entre l'animation sociale à Tévec et les expériences réalisées au B.A.E.Q. et en milieu urbain, où la valeur "participation" domine (v.g. les quartiers défavorisés de Montréal) ou coexiste avec d'autres objectifs.

Deuxièmement, en ce qui a trait à la fonction consultative de l'animation sociale à Tévec, on peut établir que cette consultation ne peut être confondue à une pure démarche de "conditionnement" d'un milieu à des fins d'efficacité, bien que le processus de consultation n'ait certes pas eu l'importance qu'il revêtait, par exemple, au B.A.E.Q. où il constituait la phase finale (la troisième) de l'expérience d'animation sociale (1). Ce qui caractérisait le mieux la consultation telle que pratiquée à Tévec, c'était son identification à une source de "feed-back" d'une grande utilité pour le guidage du projet. Par ailleurs, ce "feedback" a certainement fourni à la population une possibilité réelle de contrôle du projet.

---

(1) Jean-Claude LEBEL, "L'animation Sociale, Expérience du B.A.E.Q.", La participation de la collectivité à une planification économique, Cahiers de l'I.C.E.A., 1967, p.68

Troisièmement, malgré l'impact réel de la fonction collective (à long terme) de l'animation sociale à Tévec ("conscience régionale") et de la fonction consultative (à court terme) sur le milieu régional, c'est principalement en tant que facteur de maintien de la participation pédagogique des inscrits à Tévec que l'animation sociale y prend son sens véritable (1). Ce rôle de l'animation sociale ne peut être réduit à un simple processus d'organisation réalisé au moyen de techniques d'animation. Il relève de l'animation sociale en tant qu'il a été la mise en oeuvre de l'une des fonctions de toute animation sociale: celle d'établir, selon l'expression de Grand'Maison, des rapports dynamiques entre le "culturel" et le "rationnel technique" (2). Pour le cas de Tévec, il s'agissait de réaliser la transition entre les habitudes éducatives des adultes (l'école traditionnelle) et la formation de nouveaux rapports avec une culture scolaire transmise au moyen de la technologie (télévision). L'animation sociale devait créer les conditions permettant à l'adulte d'"apprivoiser" la nouvelle situation d'apprentissage. On doit ajouter cependant que, malgré l'importance théorique accordée à cet objectif, les conditions nécessaires à une véritable expérimentation de l'action conjointe animation sociale - télévision éducative n'ont pas été réunies dans Tévec. On remarque, par exemple, une absence presque totale d'articulation, aussi bien théorique qu'opérationnelle, entre l'animation sociale et les autres équipes de travail de Tévec.

---

(1) Les responsables de Tévec ont fait l'hypothèse que l'animation sociale abaisserait le taux d'abandon (habituellement élevé en éducation des adultes).

(2) Jacques GRAND'MAISON, Vers un nouveau pouvoir, Editions HMH, 1969, p.45.

2) Le support de la participation des adultes en formation: les solidarités d'entraide

La structure de participation décrite plus haut était un effort pour organiser, au niveau même de la population mobilisée par Télévec, des conditions et des cadres propices à une pleine exploitation autonome, par ce "public", des avantages possibles des contenus culturels télédiffusés. Il était toutefois impossible, (peu importe le mode d'organisation pratiquement concevable) de déconcentrer les efforts du réseau de comités et des services de support jusqu'à un degré permettant d'assister et de soutenir utilement l'activité de formation des adultes là où cette activité se déroulait le plus souvent, c'est-à-dire au foyer. Et, de même que la mobilisation initiale de la participation de la clientèle inscrite n'a pas été opérée uniquement en vertu des influences propres des télécommunications, de même le soutien actif de la participation pédagogique quotidienne des adultes inscrits ne pouvait être le fait de la seule structure de participation animée par Télévec, mais fut le résultat continu des solidarités interpersonnelles activées dans leur entourage proche.

Il est impossible ici de décrire, même dans les grandes lignes, les principaux aspects de ces solidarités de soutien de la participation dans les micro-milieux. Nous soulignons seulement l'importance de ce phénomène et donnerons quelques observations à simple titre d'illustration.

A la deuxième étape, par exemple, 49% des répondants disaient pouvoir compter sur une personne de leur

entourage pour "rattraper" l'information d'un cours manqué. L'entraide pour répondre aux questionnaires pédagogiques a suivi une évolution intéressante entre la première et la deuxième étape de Tévec: il y a eu une sorte de "routinisation du charisme", de l'enthousiasme initial, qui s'est traduite par une baisse dans la proportion des inscrits faisant appel à leur entourage familial pour répondre aux exercices (de 64% à 49%). La proportion de ceux qui recevaient de l'encouragement moral à maintenir leur participation a baissé aussi (de 73% à 63%). Cela est un phénomène normal, qui consiste à réduire une dépense d'énergie initiale trop considérable jusqu'à un niveau plus "réaliste": à la deuxième étape, la participation à Tévec était devenue une activité déjà mieux intégrée parmi l'ensemble des routines quotidiennes de la famille. Tévec avait "pris sa place normale" dans la vie quotidienne et n'avait plus son premier caractère dramatique de nouveauté. La participation était devenue ainsi plus "fonctionnelle".

Par ailleurs, nous savons encore peu de choses sur le rôle du "leadership pédagogique" dans la dynamique des solidarités d'entraide. Des recherches en cours permettront sans doute d'éclairer bientôt ces phénomènes importants pour la compréhension des problèmes de participation à des activités exigeantes durant des périodes psychologiquement "longues" (rappelons que Tévec a duré presque deux ans).

3- LES PHASES D'INTERACTION ENTRE LES PROCESSUS DE COMMUNICATION ET DE PARTICIPATION DANS L'EXPÉRIENCE TÉVEC

Nous avons présenté déjà suffisamment d'aspects du fonctionnement de Tévec pour ébaucher au moins grossièrement l'ensemble des rapports qui nous intéressent ici entre, d'une part, les communications organisées par un système multi-média à finalités éducatives et d'autre part, les processus de la participation du public mobilisé sous l'impulsion de ces communications. Il s'agit, en quelque sorte, d'interpréter selon un schéma dynamique, en l'élargissant systématiquement, la description présentée dans les parties précédentes. Les effets de ce système d'interactions seront décrits dans la dernière partie; ce n'est là, soulignons-le, qu'une séparation conventionnelle dont le but est de simplifier la présentation.

On peut distinguer trois phases critiques dans la relation entre les processus de communication organisée et de participation dans le déroulement de l'expérience Tévec: la phase de mobilisation du public, la phase de mise à l'essai critique du système par ce public, et la phase d'interaction cumulative entre la communication et la participation dans le système multi-média.

A- La phase de mobilisation du public: la participation de contact

La mobilisation du public de Tévec a été le produit d'une rencontre active entre une "communication-stimulus" (la campagne d'inscription) et une prise de contact sanctionnée et contrôlée par les solidarités des micro-

milieux locaux. La décision de s'inscrire officiellement à Tévec a donc pris d'abord la forme d'une participation de contact dont l'acte d'inscription était l'expression publique et dont l'encouragement solidaire du milieu proche était l'expression privée.

Voyons d'abord le processus initiateur: la communication-stimulus. Une organisation centrale (Tévec) monte simultanément deux opérations de communication publicitaire visant une clientèle potentielle d'adultes à l'échelle d'une région:

a) une télédiffusion multi-média (radio, télévision, journaux, affiches);
b) l'organisation et l'animation d'un réseau régional de comités locaux assurant la promotion directe du projet dans le milieu.

Ces deux opérations, sans avoir été parfaitement synchronisées ou concordantes dans le temps, peuvent être ici considérées ensemble comme le stimulus au "démarrage" du processus global ultérieur, sous l'aspect des facteurs de communication (ou des"stimuli" organisés en vue de la participation à susciter).

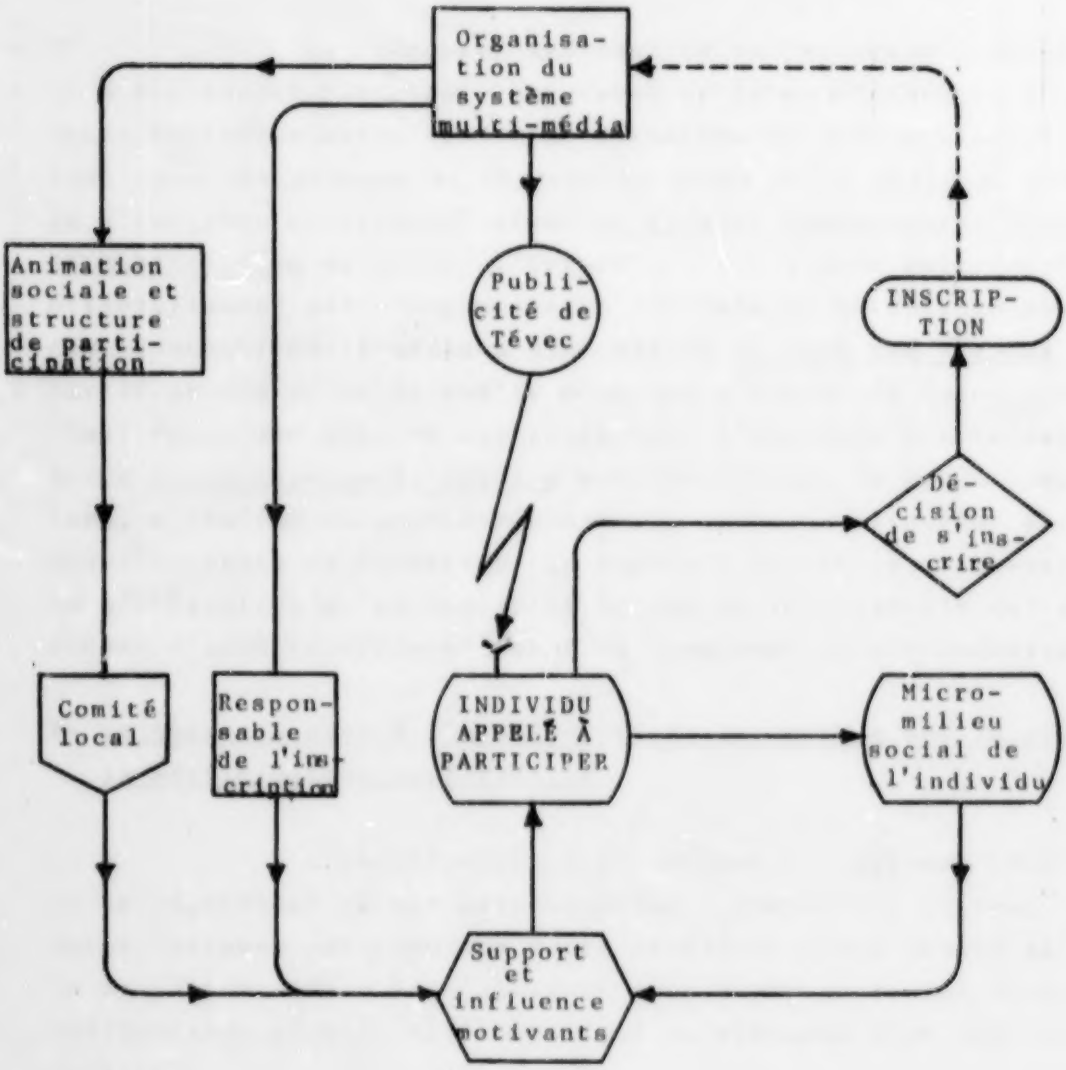


Figure 1 Diagramme du processus de mobilisation du public par le système multi-média et par le contrôle interne du micro-milieu

La "réponse" des adultes au "stimulus", comme il a été exposé plus haut, est venue au terme d'échanges spontanés, contrôlés selon les codes normatifs de solidarité opérant dans les groupes ou réseaux de leurs micro-milieux. L'acte de s'inscrire constituait ainsi le premier comportement formel de mobilisation du public ("formel", c'est-à-dire enregistré officiellement par l'organisation centrale de Tévec). Le système éducatif multi-média a donc existé en tant que système à partir du moment où le public mobilisé a décidé de signer, pour ainsi dire, son acte de participation. C'est donc précisément cette participation de contact qui, en rendant le système opérant, a réalisé sa première condition critique et défini sa première phase de formation. La figure 1 décrit ce processus de mobilisation du public, pour le cas de la clientèle qui a décidé d'adhérer officiellement au programme en s'y inscrivant.

B- La phase de mise à l'essai critique du système par le public: la participation exploratoire

L'inscription avait eu lieu à l'automne 1967 et ne signifiait qu'une participation "promise" en quelque sorte, puisque les premiers cours télévisés n'ont débuté qu'à la mi-janvier 1968: il s'agissait donc d'une prise de contact préliminaire permettant de vérifier la présence d'un auditoire "activé".

A partir du moment où les opérations du programme de formation ont vraiment démarré, la clientèle inscrite est entrée dans une nouvelle phase de participation, caractérisée par une mise à l'essai des cours télévisés et des services offerts par les divers "média" et organes du système de communication: télévision, documents pédagogiques, questionnaires pédagogiques et questionnaires de recherche, comités locaux, centres de révision et télé-clubs (cf. figure 2).

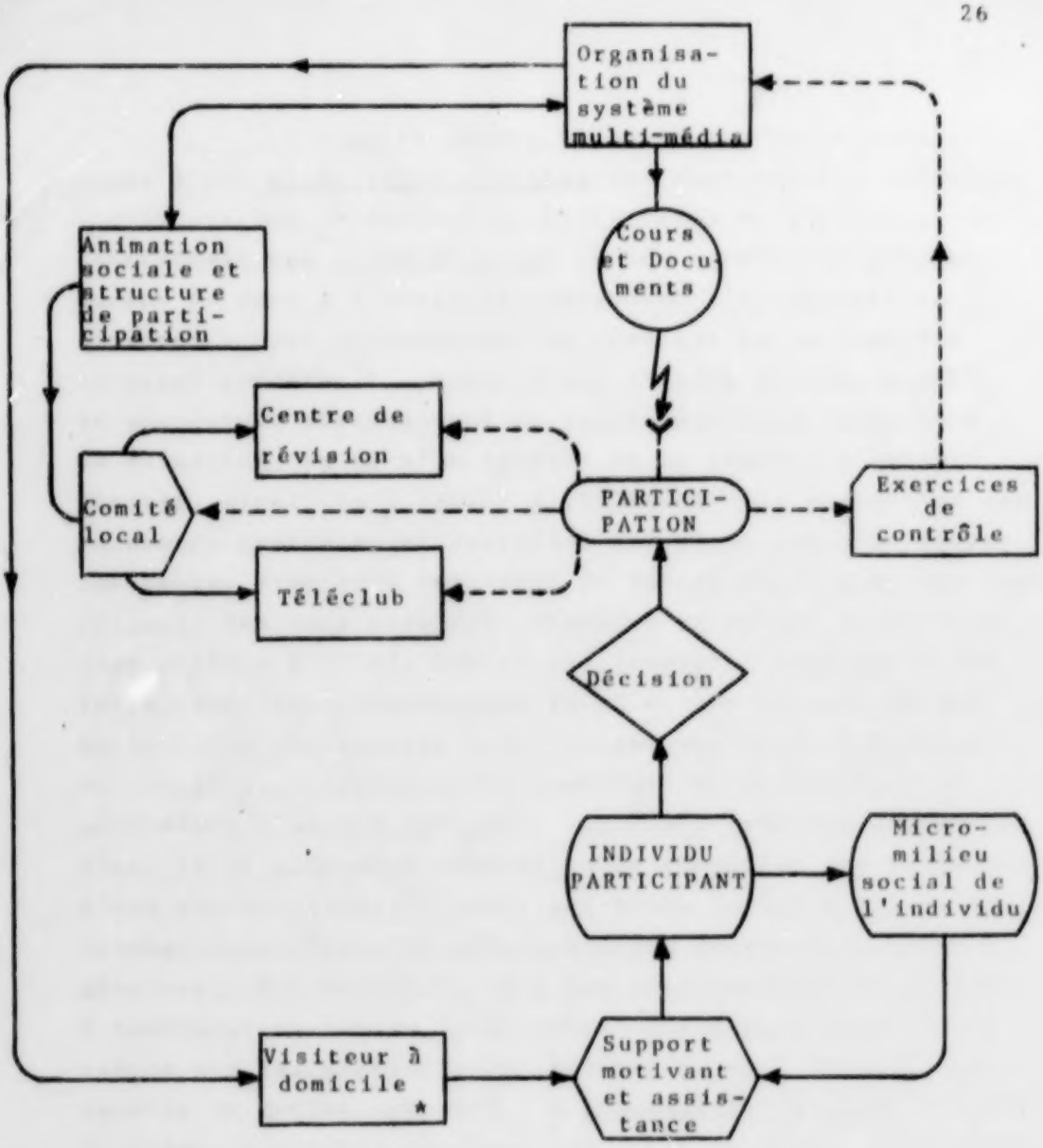


Figure 2- Diagramme des interactions cumulatives entre les processus de communication et de participation reliant le public actif aux éléments du système multi-média

* Durant la deuxième étape de l'expérience-pilote (octobre 1968 à mai 1969)

A cette phase, la participation a pris la forme d'une exploration critique des possibilités offertes par le système de formation. Cette forme de participation constituait une phase critique où les conditions perçues durant la mise à l'essai déterminaient l'ajustement des attentes et des aspirations. Le résultat de ce contrôle normatif conduisait alors à une seconde décision: celle de poursuivre sérieusement sa participation au programme de formation, ou de s'en retirer si le verdict s'avérait négatif. Ainsi, on a estimé à 15% environ la proportion des personnes nominalement inscrites qui n'ont pas même écouté les toutes premières émissions de Tévec; si on y ajoute les retraits des deux premières semaines de cours, ce pourcentage s'élève à 27.8%. Les toutes premières semaines d'une telle expérience constituent en effet une période où les motivations des adultes à participer sont très instables et fragiles. L'organisation sans faille des services au tout début d'un tel programme est alors très importante(1). C'est là un phénomène bien connu en éducation des adultes d'une manière générale, mais qui était amplifié encore davantage dans Tévec, où une population extrêmement hétérogène avait été mobilisée dans des circonstances difficiles à contrôler au niveau local. C'est d'ailleurs pour cette raison que les statistiques officielles de l'Education permanente au Québec comptent les inscriptions réelles à partir du nombre d'adultes présents aux cours au début de la troisième semaine d'une session. L'adulte, parce qu'il ne fait pas partie (comme les jeunes) d'une population "captive", est inscrit réellement lorsqu'il a décidé, après l'avoir mis à l'essai, de poursuivre sérieusement tel cours donné; s'il "abandonne" durant cette phase d'exploration critique, on ne peut aucunement le compter parmi la clientèle "inscrite".

---

(1) Il n'est pas besoin d'insister sur le fait que Tévec n'a pas connu de telles conditions idéales à son origine.

C- La phase de l'interaction cumulative entre la communication organisée et la participation du public actif: la participation soutenue

Une fois passée la phase du "test critique" auquel le système multi-média est soumis par le public mobilisé, ce dernier s'y engage d'une façon plus durable, en utilisant les média et services de formation offerts selon des modalités de participation variées et adaptées aux conditions particulières de chaque individu dans son micro-milieu. Cette phase d'interaction continue entre la "communication" et la "participation" est complexe à décrire, d'autant plus qu'à partir d'un certain point, la "participation" de la clientèle active prenait elle-même la forme d'une communication, à la fois dans l'entourage social proche, dans la structure de participation et dans les canaux de rétroaction ("feedback") acheminant les cartes-réponses des questionnaires de recherche et des exercices pédagogiques vers l'organisation centrale (en passant par le traitement automatique de l'information), sans compter le courrier spontané qui parvenait aux responsables de Tévec. Nous ne décrirons ici que quelques aspects de cet ensemble enchevêtré d'interactions dynamiques, en insistant particulièrement sur certains facteurs qui ont fait varier les modes et les degrés de participation sélective aux moyens de communication du système.

Pour illustrer brièvement ces variations dans la participation aux divers moyens de formation offerts à la clientèle de Tévec, nous examinerons le comportement des adultes par rapport aux cours télévisés, au travail d'apprentissage et aux activités de formation socio-économique (1).

---

(1) Comme les éléments en interaction sont les mêmes que durant la deuxième phase, la figure 2 sert encore ici comme illustration graphique.

1- Les cours télévisés

Traduite en termes simples d'assiduité aux cours télévisés (mesurée en nombre de cours suivis durant une semaine), la participation des inscrits qui répondaient aux questionnaires de recherche s'est maintenue à un niveau remarquablement stable, sauf à la fin de la première étape où l'on a enregistré une baisse sensible. On peut également insister sur le fait que près du tiers des informateurs s'astreignaient au moins une fois par semaine au double visionnement d'une même émission. Notons que Télec impliquait, pour un répondant sur quatre, un bouleversement dans l'organisation des activités habituelles. Pour une autre moitié, cette expérience de télévision éducative a imposé un rythme nouveau à leur mode de vie, c'est-à-dire que ces adultes ont dû apporter un certain nombre de changements systématiques à leur horaire quotidien.

2- Le travail d'apprentissage

Environ le tiers des informateurs investissaient quatre heures ou plus par semaine dans l'étude (en dehors des cours eux-mêmes); un deuxième tiers travaillaient deux ou trois heures; ceux du dernier tiers se contentaient d'une heure d'étude au maximum. Si l'on prend comme point d'appui l'orientation du projet visant à inciter les adultes à trouver eux-mêmes les réponses aux difficultés d'apprentissage ou, si l'on veut, à initier l'adulte à une démarche par laquelle il essaie lui-même d'expliquer et de contrôler les inquiétudes attachées à son expérience de vie, on peut s'interroger sur la signification de la proportion d'informateurs (environ les deux tiers)

étudiant au maximum trois heures par semaine. Comme on sait qu'une proportion semblable d'adultes avaient accordé, dans leur jeunesse, "peu de temps" ou encore "juste le temps nécessaire" aux exigences de l'école, sans plus, on peut émettre l'hypothèse que Télec a assez peu modifié les schèmes de comportement déjà acquis des adultes face au processus de l'apprentissage.

Il faut aussi insister sur le fait que le centre de révision a été l'objet d'une indifférence répandue chez la grande majorité des répondants, malgré une certaine amélioration après les premières semaines de cours et dans les quelques semaines précédant les examens. Toutefois, cette faible popularité du centre de révision ne signifie pas qu'il y ait eu une contestation de la formule elle-même ni une critique des mécanismes essentiels de l'organisation, puisque la plupart des raisons expliquant cette abstention majoritaire indiquaient des facteurs relativement indépendants de l'efficacité de fonctionnement du centre de révision: la non-convenance de la journée, le manque de temps, l'inexistence d'un besoin ressenti, etc.

3- Les activités de formation socio-économique

L'émission hebdomadaire "Télé-Club" rejoignait un large public même si elle était l'objet d'une désaffection assez sérieuse immédiatement après les premières semaines de Télec. Environ 60 % des informateurs regardant l'émission se disaient d'abord attirés par l'information socio-économique diffusée, alors que les autres semblent avoir recherché davantage l'aspect "utilitaire" ou "scolaire" de l'émission, i.e. la meilleure compréhension qu'elle pouvait procurer du contenu socio-économique assimilé à une matière scolaire.

Si l'émission "Télé-Club" atteignait un auditoire assez vaste, elle est cependant demeurée loin de réaliser l'objectif d'inciter les gens à se réunir pour approfondir activement les sujets abordés à l'écran. Même s'il fallait s'attendre à un décalage imposant entre les individus écoutant l'émission et le nombre de personnes acceptant de se déplacer pour en discuter, la proportion d'informateurs (environ 10%) faisant partie d'un groupe de discussion (téléclub) est sûrement demeurée en deça des attentes des responsables de Tévec. Le style de discussion instauré avec le téléclub semble avoir convenu beaucoup mieux aux adultes des municipalités rurales.

Lorsque s'engageaient des discussions spontanées avec leur entourage proche à la suite des cours télévisés, 11% des informateurs choisissaient de discuter des thèmes socio-économiques traités dans les cours. Même si une petite minorité seulement des répondants centraient leurs conversations principalement sur les thèmes socio-économiques, il reste que la majorité des informateurs faisaient une place aux thèmes socio-économiques dans leurs commentaires spontanés à la suite d'un cours.

En résumé, on peut dire que l'élément socio-économique du projet a exercé un attrait certain sur la clientèle de Tévec. Toutefois, trois constatations tendent à limiter la portée de ce fait.

Il y a eu d'abord, à mesure que le projet avançait, une diminution sensible dans la proportion d'adultes regardant l'émission "Télé-Club" ou discutant des sujets socio-économiques immédiatement après un cours. Cette évolution est d'autant plus significative que la quantité de travail scolaire accompli est par ailleurs demeurée stable durant la même période.

La deuxième limite à l'importance du contenu socio-économique dans l'expérience Tévec doit être située davantage du côté de l'élaboration des contenus de formation que de celui de leur réception par la clientèle: il s'agit du rôle rempli par le socio-économique par rapport aux objectifs fixés. Les messages pédagogiques produits par Tévec n'auraient pas introduit l'ensemble des adultes dans un processus éducatif où le socio-économique et le scolaire eussent été indissociables, l'un alimentant, en quelque sorte, l'autre; le contenu socio-économique motivant l'adulte à chercher la maîtrise d'un nombre toujours croissant de notions scolaires qui, à leur tour, eussent permis une perception mieux articulée de la réalité socio-économique.

Une troisième réserve, encore plus fondamentale, doit nuancer l'ampleur de la place du socio-économique chez les adultes saguenéens: c'est le faible rendement du contenu socio-économique évalué en termes de son utilisation au sein même de la collectivité régionale. Dans la perspective du développement communautaire, nous nous trouvons en présence d'une sous-exploitation marquée des énormes possibilités offertes par Tévec, comme l'illustre la faible popularité numérique des téléclubs actifs.

Pour compléter ces remarques générales sur les variations de la participation, notons quelques tendances observées à partir des caractéristiques de la population impliquée.

Les femmes de 25 ans et plus ainsi que les hommes de 55 ans et plus ont pu bénéficier davantage de l'expérience. La participation variait également selon chaque groupe d'âge. Tévec semble avoir été une expérience moins appréciée des jeunes adultes; on pourrait s'interroger par ailleurs sur le degré d'adaptation du projet à cette catégorie de personnes.

Deuxièmement, l'influence secondaire du milieu de résidence demeure une tendance majeure à retenir. Tévec n'est donc pas un phénomène "rural" même si nous avons constaté l'enthousiasme du milieu rural envers des activités de type communautaire.

Enfin, le nombre d'années d'études complétées influence la participation, mais cette influence ne s'exerce pas de façon aussi marquée que prévu. D'abord, la ligne de partage entre les adultes possédant déjà une neuvième année et les autres participants n'a pas constitué une coupure aussi profonde que nous incitait à le croire l'un des objectifs de Tévec, soit l'obtention d'un diplôme de neuvième année. Deuxièmement, l'absence d'une différenciation prononcée entre les adultes peu scolarisés (cinq années ou moins) et ceux ayant de six à huit années de scolarité paraît assez étonnante si l'on se limite à considérer uniquement le besoin de scolarisation beaucoup plus aigu chez les personnes les moins instruites.

En réalité, le schéma d'ensemble que forment ces deux dernières tendances est tout simplement la résultante de deux facteurs continuellement présents en éducation des adultes: la fragilité des connaissances anciennement acquises et la situation particulièrement difficile des adultes les plus défavorisés au plan des habitudes scolaires. D'un côté, la forte participation des adultes ayant déjà une neuvième année s'expliquerait par l'expérimentation qu'ils ont faite, à l'occasion de Tévec, de la précarité de leurs connaissances antérieures. D'autre part, la participation des adultes les moins scolarisés (participation "anxieuse" qui semble disproportionnée par rapport à leurs besoins) illustre bien la situation défavorisée d'adultes qui ne savent ni bien lire les documents proposés, ni prendre des notes de manière sélective, ni tirer parti pleinement de ce que les autres peuvent leur apporter.

4 - LES EFFETS DE LA PARTICIPATION INDUITE PAR LE SYSTÈME MULTI-MÉDIA

Ce n'est pas ici le lieu de décrire en détail les effets précis de la participation induite chez la clientèle active. Nous chercherons plutôt à identifier les formes de participation qui sont apparues à des phases déterminées du processus global de communication-participation, puis de spécifier (voir figure 3):

A) les effets de cette dynamique de participation à l'intérieur du réseau des processus de formation dans Tévec, au niveau:
   . de l'individu participant lui-même (E_1) et de son micro-milieu (E_2);
   . de la structure de participation (E_3, E_4);
   . de l'organisation centrale de Tévec (E_5), E_6);

B) les effets de cette dynamique de participation à l'extérieur des cadres organisés du processus de communication (télédiffusée et locale), au niveau des structures socio-culturelles et politiques plus larges (E_4, E_7):
   . participation aux associations volontaires
   . participation aux institutions politiques
   . participation éventuelle à des projets de développement communautaire

Compte tenu de la difficulté d'évaluer à plus long terme les effets de la participation sur la vie de la communauté, nous insisterons davantage sur les effets de la participation suscitée à l'intérieur du système de formation expérimenté par les adultes saguenéens.

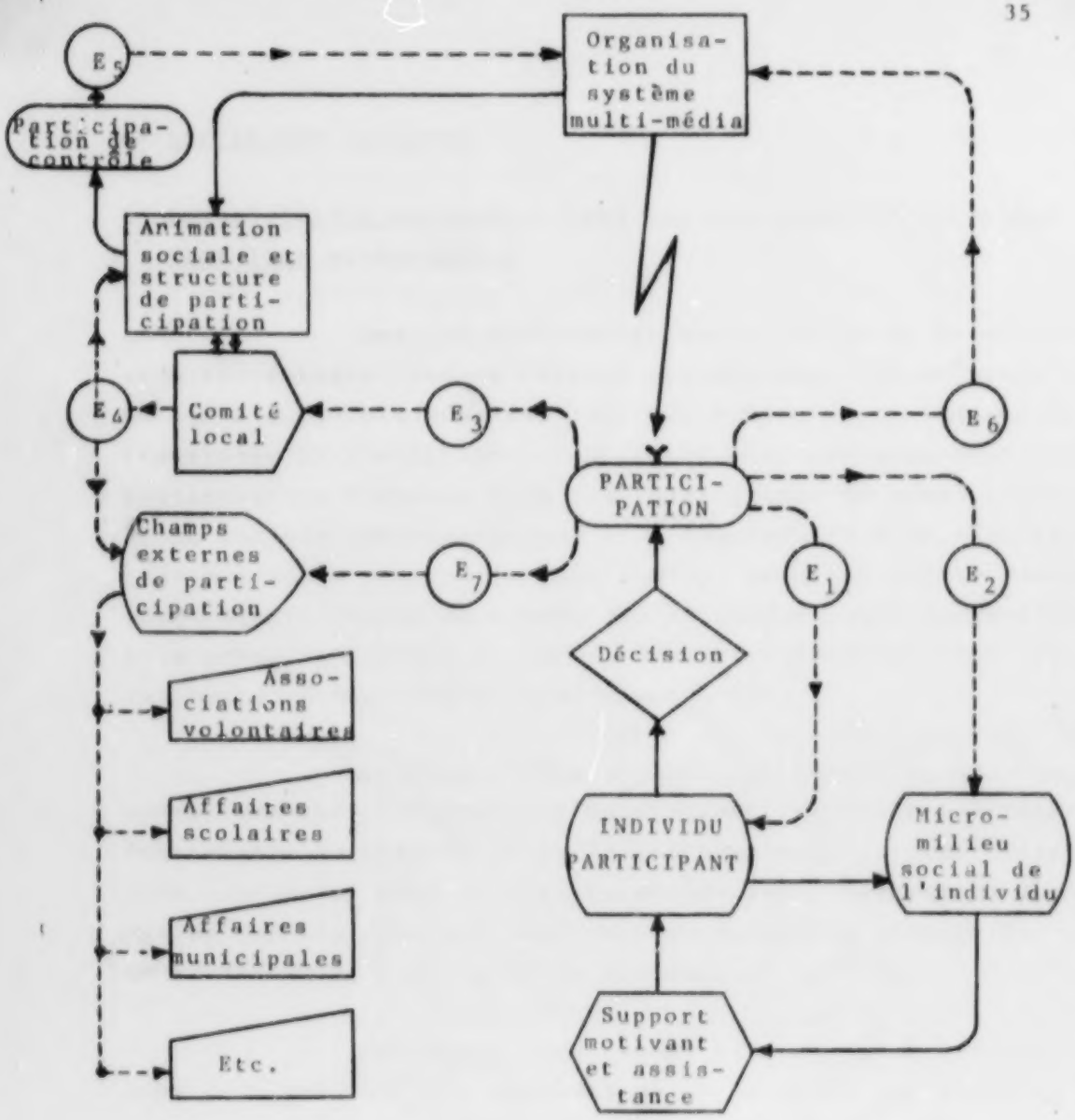


Figure 3- Diagramme des effets induits de la participation selon leurs points d'articulation internes et externes au système multi-média

A- Les effets internes

1- Les bénéfices personnels pour les participants eux-mêmes dans leur micro-milieu

Les conséquences personnelles de la participation pédagogique peuvent inclure non seulement la maîtrise de codes culturels nouveaux pour comprendre un monde qui se transforme irréversiblement autour de soi, non seulement les connaissances acquises dans les "disciplines de base" (français, anglais, mathématiques) et l'acquisition d'un diplôme de neuvième année pour un certain nombre, mais ces effets peuvent aussi se manifester au niveau des attitudes, sous forme d'une plus grande ouverture d'esprit, d'un accroissement dans les indices de "modernité psychologique", etc.

En outre, nous avons constaté (tel que prévu) que les changements d'opinion sur les réalités socio-économiques lointaines (v.g. le gouvernement, la planification régionale) étaient plus forts que les changements d'opinion sur les réalités plus proches de la vie personnelle familière (v.g. le couple, la jeunesse).

Toutefois, ces thèmes plus centraux par rapport à la personnalité semblent avoir favorisé une participation dont les effets ont modifié en retour les relations interpersonnelles (les "patterns" de relations et de rôles) antérieures dans la vie quotidienne de ces groupes et réseaux. Nous savons encore peu de chose à ce sujet, car les analyses en cours ne sont pas terminées et nos études sont de toute manière incomplètes sur ce plan. Donnons simplement l'exemple

des relations parents-enfants, qui semblent s'être améliorées dans un grand nombre de cas. Les adultes inscrits attribuent en effet à leur participation dans Tévec un plus grand rapprochement avec leurs enfants, du fait d'avoir partagé avec eux une expérience éducative semblable. Enfin, par contrecoup, ces effets induits ont sans doute également contribué à renforcer la participation elle-même, chez ceux pour qui l'expérience était favorable. Lorsque ces effets induits dans le micro-milieu étaient défavorables, les motivations tendaient au contraire à s'affaiblir, conduisant plusieurs personnes à abandonner le programme de formation(1)

2- Les bénéfices retirés d'une adhésion à la structure de participation

D'une façon générale, il faut rappeler que les valeurs réelles promues par la structure de participation relevaient d'une action éducative communautaire. En plus d'amplifier les avantages d'une scolarisation se réalisant uniquement au foyer, la structure de participation a fourni un cadre de socialisation dépassant le stade des relations interpersonnelles spontanées pour englober une expérience de vie de groupe, le groupe organisé devenant alors le modèle de travail pour d'éventuels lieux de participation liés au développement collectif.

D'une façon particulière, il nous faudrait relier ces bénéfices à chacune des activités majeures de la structure de participation. A titre d'illustration, faisons écho à l'influence des sessions d'initiation au travail de groupe. A la suite d'une évaluation de ces sessions, nous avons constaté qu'au-delà de l'acquisition, d'ailleurs assez

(1) Le taux d'abandon officiel (calculé à partir de la présence au début de la troisième semaine de cours) a été de 71.5%, l'énorme majorité des abandons s'étant produits dans les six premières semaines.

mince, de techniques et de méthodes susceptibles d'améliorer l'efficacité du travail en groupe, ces sessions ont surtout permis de libérer des capacités d'expression personnelle devant autrui, "d'oser enfin dire" ce qu'ils pensaient et ce qu'ils constataient par eux-mêmes, éprouvant parfois leurs propres capacités avec étonnement. Un grand nombre de témoignages provenant des membres de la structure de participation indiquent le développement d'une capacité nouvelle de communiquer sans crainte avec d'autres personnes, le sentiment d'être "émergés à eux-mêmes", de s'être libérés d'entraves anciennes à l'expression personnelle et à la collaboration utile avec autrui. Sans aucunement exagérer la portée des effets de la participation à ce niveau, il est certain qu'elle a entraîné des bénéfices au plan personnel pour un nombre assez considérable d'adultes.

3- Les répercussions sur l'organisation de Tévec elle-même:

Les effets à ce niveau ont consisté principalement dans les possibilités de contrôle et d'auto-correction dans les opérations, obtenues grâce à la participation des clients sous forme de communication en retour (" feedback "): courrier spontané, exercices pédagogiques, questionnaires de recherche, etc.

Ainsi, pour préparer la programmation des contenus socio-économiques de la seconde étape de Tévec, la structure de participation a procédé à une opération de consultation auprès de la population afin de mettre en évidence les besoins culturels éprouvés par les premiers intéressés en la matière.

Cette opération de revendication/contrôle/consultation, s'ajoutant à des séries de données analysées par la recherche, a permis à Télé-Québec de modifier sa première programmation et ses modalités d'organisation et de communication sur plusieurs points importants. Par exemple, la durée des cours télévisés quotidiennement a été réduite de 90 à 75 minutes: les cours ont été diffusés trois fois par jour au lieu de quatre; plutôt que de programmer les contenus socio-économiques en vue surtout de la "variété", des séries hebdomadaires ont été diffusées sur un même thème, la variété se marquant de semaine en semaine plutôt que de jour en jour; les visiteurs à domicile ont commencé à travailler auprès des plus faiblement scolarisés (avec une influence positive mesurable sur le taux de persévérance de ces adultes au cours de la deuxième étape); enfin, le document d'accompagnement devenait un dossier unifié, contenant à la fois l'ensemble des quatre contenus des cours télévisés, les questionnaires pédagogiques de contrôle et les questionnaires de recherche (ces questionnaires étant étalés sur deux semaines plutôt que cinq par semaine).

B- <u>Les effets externes</u>:

Nous nous contenterons ici de situer l'ensemble des effets possibles et probables de la participation à Télé-Québec sur l'environnement social plus large.

Le palier le plus immédiatement perceptible est celui des associations volontaires qu'on peut regrouper ici sous deux types principaux: celles qui permettent la satisfaction d'un besoin de sociabilité et celles qui visent plus ou

moins directement une action de transformation du milieu. Il serait donc intéressant de suivre la participation des membres de la structure à des associations selon la prédominance de l'une ou l'autre des caractéristiques mentionnées. Une étude est d'ailleurs en cours qui se propose d'analyser ces phénomènes d'une façon particulière.

Deuxièmement, il faut considérer la participation de forme plus institutionnelle: conseil municipal, conseil scolaire, partis politiques, etc. Dans cette optique, on pourrait distinguer entre deux degrés d'implication: la recherche accrue d'information sur les activités de ces institutions et un comportement "militantiste" plus accentué.

Enfin, il faut signaler les formes nouvelles de participation requises par des actions de développement fondées sur la concertation et sur la planification. A cet égard, il convient de noter la question des répercussions probables de Tévec à moyen et à long termes. L'animation sociale à Tévec a rendu possible une discussion étendue et suivie des problèmes socio-économiques de la région (dans une mesure moindre que prévue), ce qui constitue une préparation non négligeable à l'accueil de tout projet directement orienté vers le développement régional. A long terme, dans le cadre même de nouveaux projets de développement, il faut envisager l'influence de Tévec dans les deux directions suivantes.

1- Donner une meilleure compréhension de l'époque actuelle, en contribuant à atténuer la résistance au changement, est de nature à favoriser le développement communautaire; et mettre les adultes en position de parvenir à une compréhension

supérieure de leur milieu,et par conséquent d'eux-mêmes, était vraiment l'objectif de la dimension socio-économique de Tévec.

2- Il n'est pas exclu que l'expérience de participation vécue par quelques centaines de personnes au sein de la structure de participation ait exercé une influence positive sur le façonnement des modalités nouvelles de participation associées à la mise en branle d'un développement socio-économique "programmé". Nous sommes ici en présence de l'influence de Tévec en termes d'action culturelle, provoquant la création de nouveaux modèles socio-culturels de transformation de la société.

CONCLUSION

Nous allons simplement souligner, en conclusion, l'importance de certains aspects critiques des systèmes de télécommunications en relation avec la participation.

A- Il est important d'explorer davantage l'ensemble du processus de mobilisation de divers publics à tous les niveaux: télécommunication, organisation déconcentrée, amplification sociale et contrôle normatif dans les micro-milieux, première décision individuelle, phase d'exploration critique, seconde décision de participation ou de retrait, etc.

B- Les systèmes multi-média munis de canaux de rétroaction ("feed-back") semblent présenter des avantages certains, pour mobiliser et maintenir la participation d'un public à une programmation de contenus "sérieux" ou "exigeants" au plan culturel,

par comparaison avec les systèmes de télécommunications à sens unique. Il est donc important de bien organiser et contrôler, dans la mesure du possible, ces moyens de communication en retour (" feedback ") à l'usage des destinataires d'un système de télédiffusion. La recherche et les applications pratiques futures (en particulier les systèmes techniques présents et futurs) devront explorer les implications différentes des modules de rétroaction plus ou moins "instantanée" ou "différée", en particulier au niveau des problèmes d'utilisation par la clientèle située dans son micro-milieu social "naturel".

C- Nous savons que la mobilisation d'un public par un système comme celui de Tévec entraîne par définition des modifications dans l'aménagement des routines domestiques et des activités de la vie quotidienne dans les foyers participants. Les heures d'écoute de Tévec venaient très tôt et très tard dans la journée; les hommes et les femmes ne pouvaient pas toujours visionner aux mêmes heures; les hommes manquaient plus souvent des émissions et demandaient à leurs épouses de leur faire rattraper les contenus perdus, etc.

A mesure qu'on introduira des systèmes de télécommunications visant à stimuler la participation et utilisant des techniques de plus en plus évoluées, il sera important que des programmes de recherche soient conçus pour mieux connaître la nature et le degré des changements que la mobilisation entraîne dans les routines de la vie quotidienne, selon les divers "publics" touchés (selon le milieu socio-économique, selon le genre d'occupation professionnelle, selon le niveau scolaire et culturel, etc.). Il sera alors possible

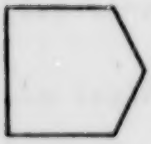
de planifier l'introduction des nouveaux systèmes socio-techniques de manière à ne pas "noyer" les capacités concrètes de participation des divers publics utilisateurs. Dans Télévec, par exemple, des adultes très faiblement scolarisés ont été capables d'apprendre à répondre chez eux à des questionnaires d'exercices et de recherche sur des cartes mécanographiques conçues pour le lecteur optique. Ils s'intégraient ainsi, sans grande difficulté, à une "culture de l'usager" répondant à un système technique par ailleurs beaucoup plus complexe et évolué que ceux auxquels ils s'étaient déjà habitués dans leur expérience antérieure.

D- Il faudra programmer des recherches longitudinales (ou de "follow-up") permettant de déterminer, quantitativement et qualitativement, la portée à long terme de la participation (stimulée par des systèmes multi-média) et en particulier de son extension aux processus socio-culturels et politiques plus larges.

ANNEXE: CODE DE LECTURE DES DIAGRAMMES

Pour faciliter la lecture des trois figures (diagrammes) présentées dans ce document, nous définissons ici les symboles visuels employés. Notons seulement que ces symboles ne correspondent pas dans leur ensemble aux sens qui leur sont attribués dans un programme d'informatique.

1- Grande unité d'organisation du système

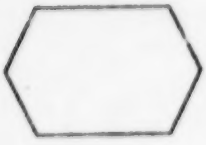
2-  Comité local

3- Responsable anglicisme d'inscription

4- Service offert au niveau local

5- Message

6- Individu(s) dans la population cliente

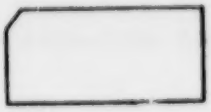
7-  Processus d'influence personnelle

8- Décision

9- Activité de participation

10- Flux d'information et/ou d'influence

11- Orientation de l'activité de participation et/ou de ses effets

12-  Carte-réponse mécanographique

13- Effet de la participation

14- Processus de transfert des effets internes à des domaines externes au système

15- Domaine de participation externe au système multi-média

LE "FEEDBACK" DANS UN SYSTEME MULTI-MEDIA

Table des matières

1 - Une question pratique

2 - Les canaux de communication rétroactive

3 - La qualité de l'information rétroactive

4 - Intégration de l'information rétroactive au processus de décision

5 - Les délais de rétroaction dans le contexte de l'organisation

6 - Un exemple: les besoins de communication dans l'organisation de Tévec

7 - Concentration et déconcentration des circuits d'information rétroactive dans l'organisation

8 - Conclusions.

Toute organisation, dans son fonctionnement administratif et particulièrement dans le contrôle et la régulation de ses opérations, a besoin de moyens techniques lui permettant de "surveiller" son environnement (clientèle, ressources, cadres d'action, etc.) et d'obtenir périodiquement des informations pertinentes sur les effets de ses propres actions. Cette information périodique sur les résultats de son action définit le "feed-back"(ou rétroaction) revenant à l'organisation: c'est ce qui lui permet de "voir la réalité", de vérifier l'efficacité de son action et de "tester" le réalisme de ses objectifs et de ses postulats de départ concernant sa clientèle et ses cadres d'action. Cette information rétroactive permet à l'organisation, en définitive, de guider ses décisions et de piloter ses actions dans un milieu visé.

1- UNE QUESTION PRATIQUE

1.1. Pour le comité d'implantation, il ne serait pas profitable de se poser la question du "feed-back" simplement en termes théoriques. C'est d'abord une question d'ordre pratique, une question d'organisation, qui peut se poser de la manière suivante.

1.2. C'est la possibilité qu'ont les responsables d'une intervention de percevoir (vérifier, contrôler) les effets de leur intervention et, en conséquence, de pouvoir réorienter, corriger cette action en tenant compte des effets observés.

2- LES CANAUX DE COMMUNICATION RÉTROACTIVE

2.1 Dans un contexte de communication avec des humains (ou avec des machines) et, en l'occurrence, dans un système multi-média de communication éducative visant un auditoire d'adultes à une échelle territoriale considérable, il est important de prévoir des canaux, des supports de communication permettant à la clientèle qui reçoit les messages du système multi-media de communiquer en retour ses propres messages vers le centre de production.

2.2 Les délais de rétroaction

2.2.1 Quand on décrit ces canaux de "feed-back" (ou "boucles de rétroaction"), il faut tenir compte du facteur "temps" parmi les possibilités qu'a la clientèle de communiquer en retour. Il y a des rétroactions courtes ou "instantanées" et des rétroactions différées, à intervalles plus longs.

2.2.2 Le professeur qui enseigne dans une classe d'élèves constitue un exemple classique de "rétroaction courte": voyant les visages de ses élèves, il perçoit, à mesure qu'il donne ses explications, le degré de compréhension ou d'incompréhension et les difficultés des élèves à assimiler la matière. Les contrôles périodiques (examens ou exercices quotidiens, hebdomadaires, mensuels, semestriels et annuels) opérés par ce même professeur pour vérifier le degré d'assimilation, par ses élèves, d'un corps de matière, offrent des exemples de "rétroactions différées" à intervalles variables, permettant de fonder des décisions quant au rythme du débit, quant aux besoins de révision des matières, etc.

2.3 Les média techniques de rétroaction

2.3.1 Tant qu'on en reste à des exemples de communication face à face, la rétroaction ne pose pas de difficultés techniques ou de problèmes d'organisation particulièrement marqués. C'est quand on introduit des systèmes techniques (particulièrement de télé-communications: communications à distance) entre le communicateur et l'auditoire (le destinataire) que la rétroaction se pose comme un problème technique et organisationnel spécifique: les yeux et les oreilles ne suffisent pas seuls à juger des réactions d'une clientèle régionale ou nationale à un programme d'émissions éducatives.

2.3.2 La radio-télédiffusion classique est habituellement un système de communication sans rétroaction. Seules, les émissions dites de "participation" (les "hot lines" ou "open lines") permettent, et encore à une fraction minime et non représentative de leur auditoire, de communiquer en retour avec les diffuseurs. C'est le même cas, mais "en différé", pour les lettres aux journaux. Les cotes d'écoute (et même les "cotes d'amour") représentent une qualité d'information rétroactive extrêmement faible et aléatoire.

3- LA QUALITÉ DE L'INFORMATION RÉTROACTIVE

3.1 Un autre problème est celui de l'utilité ou de la pertinence de l'information communiquée en retour: la qualité de l'information rétroactive. Ce n'est pas n'importe quelle constatation sur les effets des messages diffusés dans un milieu qui sera utile et valide, qui pourra servir de base sûre pour corriger l'orientation d'une intervention éducative à distance: il faut plus que quelques rencontres au hasard sur le "terrain" pour se faire une idée juste des effets de son action.

3.2 Une des qualités d'une bonne information rétroactive sera donc sa représentativité: elle représentera l'ensemble (ou du moins certains sous-groupes connus) de l'auditoire, si l'on veut lui attribuer une certaine validité et pouvoir compter sur elle pour prendre des décisions non arbitraires dans l'orientation des opérations.

3.3 Un des canaux (ou supports)de rétroaction dans Tévec a été la carte-réponse (I.B.M. "Sense-A-Mark") employée par la clientèle pour faire parvenir au centre de production (via la poste, l'informatique et l'analyse des pédagogues et des chercheurs) les réponses aux questionnaires de contrôle pédagogique ou de recherche. C'était là un canal de rétroaction différée: tout le processus prenait plusieurs semaines, entre le moment de la mise à la poste par le client et celui du traitement et de l'analyse rapportée sous une forme utilisable à l'intention des responsables de Tévec.

3.4 Le courrier spontané de la clientèle offre un autre exemple de rétroaction différée. La qualité de cette information rétroactive était toutefois beaucoup moins bonne que celle qui parvenait à Tévec via des cartes-réponses correspondant à des questions identiques pour tous. Le défaut était ici du côté de la représentativité de l'information, sauf lorsqu'une masse considérable de lettres soulevaient un même problème dans le même sens: v.g., le retard dans la distribution des cartables, les critiques unanimes à l'égard de certains aspects des cours télévisés, etc. Cette forme d'information rétroactive a néanmoins une grande valeur pour l'identification rapide de certains effets non anticipés, quitte à ce que ces effets soient ensuite observés à

l'aide de techniques fournissant des informations plus systématisées. C'est une sorte de "Early Warning System" provenant spontanément de la clientèle. Il est donc important que l'information rétroactive soit périodique, du moins par rapport aux aspects les plus importants qu'il faut connaître sur les effets au niveau de la clientèle.

4- INTEGRATION DE L'INFORMATION RETROACTIVE AU PROCESSUS DE DECISION

4.1 Une autre question importante est de savoir par quels mécanismes le centre de production recueille les informations qui lui viennent de l'environnement, comment il les analyse et les traite et sous quelles formes il les traduit pour les réintroduire dans le processus continu de décision qui caractérise la démarche d'un programme de communication dans le temps. C'est ici que la rétroaction devient plutôt un ou'il administratif et un élément d'organisation qu'un problème technique de canaux, de supports, d'accessibilité, etc.

4.2 Si on obtient une information rétroactive assez"courte"(quelques jours au plus) et de bonne qualité, mais qu'en même temps l'organisation centrale ne prend pas les mesures nécessaires pour l'utiliser, cette information potentiellement utilisable pour guider les décisions et piloter les actions subséquentes demeurera lettre morte. Et l'on aura, à toutes fins pratiques, l'équivalent de la télévision ou de la radio du type classique, c'est-à-dire un système de communication à sens unique: un système "aveugle". La rétroaction, c'est une sorte d'organe perceptuel pour guider et piloter une action organisée.

4.3 Dans Tévec, on possédait une masse d'informations périodiques de bonne qualité qui auraient pu permettre, à certains moments et pour certains aspects des services rendus (Télé-Club, centre de révision, cours télévisés, par exemple) à la clientèle, de préciser et de corriger les orientations et de clarifier les objectifs du programme pilote. Or il n'a pas été possible de constituer les comités techniques qui auraient été nécessaires pour "digérer" cette information et pour en tirer les implications techniques au niveau de la production des messages et des services pédagogiques de Tévec. Le régime de production extrêmement mobilisant de Tévec a pratiquement empêché d'utiliser les informations rétroactives de la clientèle, rendues disponibles par les questionnaires de contrôle pédagogique et de recherche. Il était impossible, pour les animateurs sociaux et les chercheurs (qui détenaient la majorité de ces informations), de rencontrer les autres équipes (déjà surchargées de travail) dans le but de leur communiquer l'information rétroactive disponible et d'en explorer les implications pratiques. Le seul moment où cette utilisation pratique a été possible fut la réorganisation des opérations entre la fin de la première étape (juin 1968) et le début de la deuxième étape (octobre 1968) de l'expérience-pilote. On a pu alors modifier les horaires, les séries thématiques hebdomadaires, le nombre de diffusions quotidiennes, la durée des émissions, les modalités du document d'accompagnement, la fréquence des questionnaires à remplir, etc. Des demandes spécifiques ont été formulées à l'équipe de la recherche pour obtenir une évaluation des émissions, du document d'accompagnement, des visiteurs à domicile, etc., du point de vue de la clientèle. Une certaine amélioration a donc été réalisée, à partir de cette période, quant aux modes d'utilisation de l'information rétroactive par les responsables des équipes au niveau de l'organisation centrale. Ces améliorations se sont effectivement vérifiées par des jugements plus favorables de la part de la clientèle lors de la deuxième étape, quant à tous ces aspects.

5- LES DÉLAIS DE RÉTROACTION DANS LE CONTEXTE DE L'ORGANISATION

Il est souhaitable, et ceia surtout dans une intervention éducative géographiquement étendue, que des informations pertinentes sur les effets et les conditions locales de cette action puissent être recueillies rapidement à des intervalles aussi rapprochés que possible, de manière que l'organisation soit capable de réagir en temps utile pour adapter et corriger les modalités de ses opérations. Ce "temps de réaction" de l'organisation s'ajoute à l'intervalle de rétroaction (différée) de la clientèle. Ces deux durées forment ensemble l'intervalle de temps entre une action particulière pratiquée à un moment donné du programme et une amélioration apportée à cette même action à un moment ultérieur. Plus l'organisation aura des informations rétroactives pertinentes et lui parvenant à des intervalles plus rapprochés, plus elle aura des occasions fréquentes d'améliorer les modalités et de préciser les objectifs de son action, pourvu qu'elle sache réagir efficacement à ces informations en temps utile.

6- UN EXEMPLE: LES BESOINS DE COMMUNICATION DANS L'ORGANISATION DE TÉVEC

6.1 Tévec pourrait être qualifiée d'organisation provisoire et découcentrée; provisoire, parce que définie au départ comme une expérience pilote; et déconcentrée, à cause de la structuration locale de ses mécanismes de participation. Il nous apparaît très important de souligner ces deux aspects de Tévec, d'une part parce que le premier a sensiblement affecté la configuration de ses réseaux de communication et de rétroaction et d'autre part parce que la déconcentration et surtout la décentralisation de certaines unités ont causé certaines difficultés d'intégration des éléments extérieurs ou périphériques à Tévec.

6.2 Le caractère provisoire de Tévec a créé une certaine indifférence vis-à-vis de la mise en place de réseaux de communication entre les unités elles-mêmes, puis entre ces unités et la direction centrale de Tévec. Un exemple de cela a été le peu de communications fonctionnelles entre les équipes de production, de pédagogie et l'équipe des recherchistes. Les conséquences immédiates de cette faiblesse ont été le manque d'articulation et d'intégration des contenus pédagogiques et socio-économiques dans les cours télévisés. Plusieurs invoqueront le manque de temps, des horaires surchargés, etc., pour expliquer cette situation. En principe, nous sommes d'accord; cependant (et c'est pourquoi nous faisions référence au caractère provisoire de Tévec), cette situation n'aurait pu persister dans une organisation permanente sans affaiblir sensiblement la qualité du produit (c'est-à-dire les émissions) et sans produire par le fait même un désintéressement des inscrits qui ne sont plus, dans ce cas, affectés (et à notre avis ne doivent pas l'être) par le caractère expérimental des émissions. Une organisation ne peut se permettre le "luxe" de ne pas atteindre ses objectifs puisqu'elle n'existe que pour cette fonction. Or l'objectif de Tévec était non seulement de scolariser, jusqu'à la neuvième année, un nombre important d'inscrits, mais de développer et d'expérimenter une pédagogie adaptée à l'adulte par l'intégration et l'articulation de deux contenus, tous deux représentatifs d'une réalité sociale globale. Une attention spéciale devra donc être apportée au problème général de la communication et de la coordination entre les diverses unités de l'organisation.

6.3 Dans toute organisation déconcentrée, un des problèmes majeurs de la direction centrale est de créer, chez les individus membres qui sont éloignés géographiquement, un sentiment d'appartenance à l'organisation. Dans Tévec,cette difficulté s'est effectivement présentée. Cependant on y a attaché peu d'importance, d'autant plus que les centres de révision ont été confiés aux commissions scolaires régionales. Les téléclubs se trouvaient directement intégrés à la structure des mécanismes de participation. Or les rôles prédominants de cette structure étaient le contrôle et la consultation, alors que les téléclubs et les centres de révision constituaient des activités pédagogiques dont les objectifs correspondaient aux objectifs stratégiques de Tévec. Cette formule qui pouvait être viable provisoirement, ne pourrait l'être pour une organisation provinciale permanente. Il faudrait au contraire, si l'on conserve une formule analogue, les rattacher à la structure centrale par une ligne hiérarchique. Rien n'empêche ces unités d'être déconcentrées sur une base régionale (ou de quartiers, dans les villes importantes).

6.4 Un autre aspect qui nous a semblé faible dans Tévec a été celui des efforts d'intégration des éléments extérieurs dans l'organisation. En effet, une étude des conceptions de l'éducation chez les dirigeants et chez les enseignants des centres de révision et des classes de pré-emploi a montré que, sur des points fondamentaux de cette idéologie, les groupes en question divergeaient sensiblement. Il faut se rappeler qu'il est normal que des individus venant de milieux sociaux et professionnels différents aient des conceptions différentes. Cependant, il demeure essentiel que l'organisation atténue suffisamment ces distinctions pour pouvoir répondre adéquatement à ses objectifs.

Il s'agit donc d'intégrer ces éléments, venant généralement de l'extérieur, à l'organisation par des sessions d'information intensives, des sessions d'orientation de leadership, etc. Cet aspect semble avoir été réalisé davantage à la deuxième étape de Télec, quoique dans l'ensemble on n'y ait attaché que trop peu d'importance au niveau central.

7- CONCENTRATION ET DÉCONCENTRATION DES CIRCUITS D'INFORMATION RÉTROACTIVE DANS L'ORGANISATION

7.1 Vers qui la rétroaction de la clientèle doit-elle être dirigée? Si l'organisation centrale ne comporte pas d'unités déconcentrées (régionales ou locales) sur le territoire de diffusion, mais que toutes ses opérations sont concentrées à partir d'un centre unique, l'information rétroactive provenant de la clientèle elle-même (ou d'autres sources d'observation) devra être dirigée entièrement vers l'unité centralisée.

7.2 Si au contraire l'organisation multi-média a des unités déconcentrées (ou décentralisées) au niveau local, ces unités peuvent elles-mêmes recueillir à leur propre niveau une partie au moins de la rétroaction qui les concerne spécifiquement. Ces unités locales de service (v.g. les téléclubs, comités locaux, centres de révision et visiteurs à domicile de Télec) sont en effet plus proches de la clientèle et des réactions qu'elle manifeste, des difficultés qu'elle éprouve devant les services qui lui sont offerts et les contenus de formation qui sont diffusés à son intention. Ces unités, au niveau de leur propre fonctionnement ont besoin d'informations rétroactives pour développer et mieux adapter leurs diverses formes d'intervention en fonction des résultats obtenus antérieurement auprès de leur clientèle. Mais,

opérant dans le contexte d'une organisation plus vaste, ces unités déconcentrées devront aussi informer périodiquement l'organisation centrale sur les modalités et les résultats de leurs actions (sous forme de "Progress Reports" ou rapports d'étapes), afin que cette dernière puisse assurer la coordination générale des opérations à tous les niveaux. Inversement, l'organisation centrale, parce qu'elle peut disposer de formes de rétroaction plus systématiquement colligées et analysées (mais aussi plus coûteuses: l'informatique dans Tévec, par exemple), pourra recueillir de l'information rétroactive, par des techniques centralisées, non seulement pour ses propres fins au niveau central, mais aussi à l'intention des agents de services au niveau local (déconcentré). En d'autres mots: peu importe le "point de rentrée" (central ou local) de la rétroaction de la clientèle dans l'organisation, cette information rétroactive doit pouvoir être acheminée ensuite à tous les étages de l'organisation, de bas en haut et de haut en bas (voir figure 1).

7.3 Les techniques permettant aux unités déconcentrées de recueillir de l'information rétroactive sur les résultats de leur action à un moment donné sont, en général, des moyens plutôt simples: discussions d'évaluation en groupe, exercices pédagogiques de contrôle appliqués localement, courts questionnaires d'opinions compilés manuellement et analysés rapidement, comptes rendus de réunions ou d'activités, enregistrement de discussions ou de témoignages, appels téléphoniques et courrier spontanés, etc. Ces informations rétroactives au niveau local sont habituellement plus difficiles à évaluer du point de vue de leur représentativité, surtout lorsqu'elles arrivent spontanément, sans avoir été systématiquement sollicitées et recueillies par des agents de l'organisation locale.

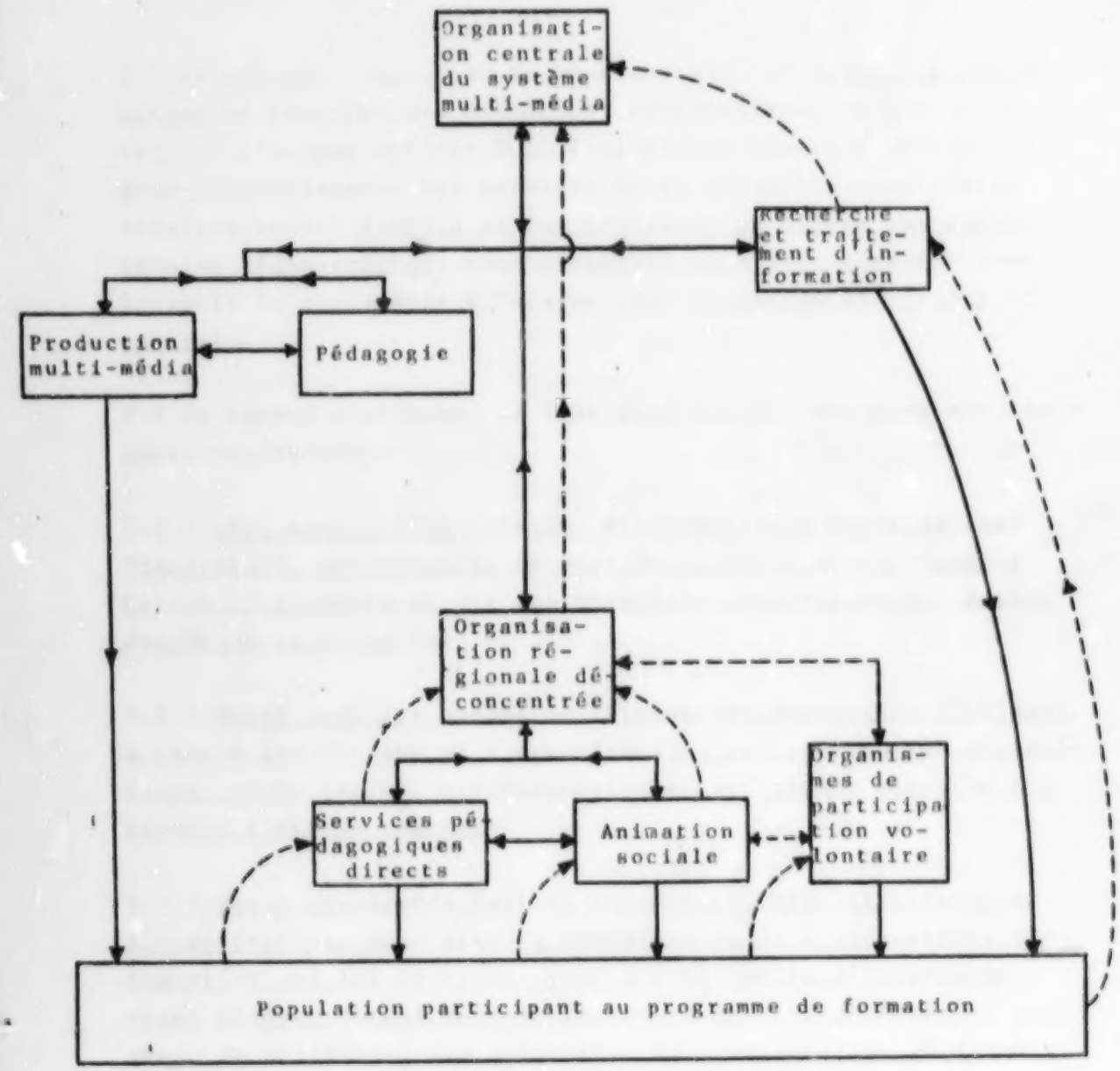


Figure 1: Diagramme hypothétique des communications administratives et des réseaux de rétroaction entre une organisation éducative "multi-média" et sa clientèle au niveau d'une région

Code:

- Communication de l'organisation de services vers la clientèle
- Communications administratives à deux sens: ligne hiérarchique
- Liaison entre l'organisation de services et l'organisme consultatif
- Communication rétroactive d'informations provenant de la clientèle

7.4 Il est donc important de bien choisir les canaux de rétro-action en fonction des situations particulières où les résultats de l'action doivent être évalués: en général, ces techniques d'acheminement des messages de la clientèle vers l'organisation seront simples et peu coûteuses au niveau des unités locales déconcentrées, plus complexes et plus coûteuses (pour garantir la qualité de l'information) au niveau de l'unité centrale.

7.5 En termes pratiques, il faut donc pouvoir répondre aux trois questions suivantes:

7.5.1 Qui, dans l'organisation multi-média, à quels niveaux (centralisé, déconcentré) et pour quels média ou services, a besoin d'informations sur les résultats courants de son action auprès de la clientèle?

7.5.2 Quels sont les canaux de rétroaction permettant d'obtenir, à chacun des niveaux de l'organisation, une information peu coûteuse, assez rapide, représentative et utilisable aux fins d'orienter l'action courante?

7.5.3. Quels mécanismes faut-il prévoir, à tous les niveaux de l'organisation, pour prendre connaissance de l'information rétroactive qui lui parvient, pour l'utiliser et l'incorporer comme élément normal dans le processus continu de décision touchant la définition des objectifs, la programmation et l'exécution des opérations, etc.?

8- CONCLUSIONS

8.1 Ce ne sont pas là des questions théoriques qui peuvent recevoir des réponses utiles par la simple consultation des ouvrages de N. Wiener, de C. Shannon et W. Weaver, de C. Cherry, de A. Moles, de H. Frank, ou d'autres théoriciens. Ce sont, à notre avis, des questions éminemment pratiques, auxquelles le comité devra répondre en fonction des divers modèles particuliers qui seront conçus ou considérés en vue d'une implantation éventuelle. C'est sur cette base préalable plus concrète qu'on devra se poser des questions comme celles du coût des canaux de rétroaction, etc. Il faudra peut-être penser, par exemple, à des échantillons représentatifs des clientèles plutôt qu'à des informations exhaustives sur l'ensemble d'une population touchée, dans l'hypothèse où l'on déciderait d'utiliser une technique comme celle du questionnaire. L'idée de groupes-témoins (qui n'a pu être réalisée dans Tévec) peut également offrir diverses solutions intéressantes: information, contrôle, expérimentation, etc.

8.2 Ajoutons seulement, en terminant, que les réponses à chacune des trois questions formulées plus haut ne peuvent être laissées au hasard. L'enjeu pratique est la différence entre un système "aveugle" et un système sensible ("Responsive") à son environnement.

L'INFLUENCE DES VISITEURS A DOMICILE

DANS TEVEC

Table des matières

1 - Faits pertinents

2 - Comparaison des écarts des taux de persévérance entre les deux étapes de Tévec pour les deux échantillons

3 - Comparaison directe des différences entre les deux échantillons aux deux étapes de Tévec

4 - Autres hypothèses

5 - Projections des comportements de persévérance des deux échantillons aux populations totales correspondantes

6 - Conclusion

1- FAITS PERTINENTS:

a) Nous savons que les visiteurs à domicile ont rencontré périodiquement la clientèle sous-scolarisée (0 à 5 ans de scolarité) de Tévec à l'étape II, mais pas à l'étape I. Nous pouvons donc réaliser une mesure quasi-expérimentale en calculant des taux de persévérance dans une situation d'intervention et dans une situation de non-intervention, ces situations étant toutefois consécutives dans le temps.

b) Nous avons aussi un "groupe contrôle" puisque, pour les mêmes deux étapes, nous avons un échantillon des clients de cinq années et moins et un autre échantillon indépendant pour l'ensemble de la clientèle inscrite (incluant donc une proportion représentative des 0 à 5 ans). C'est donc un "groupe contrôle" partiel, mais qui peut être valable à 86% (comprenant seulement 14% de 0 à 5 ans de scolarité).
Il doit donc être possible de calculer les écarts dans les taux de persévérance des sous-scolarisés (groupe expérimental) et de la clientèle totale (groupe contrôle) entre l'étape I (non-intervention des visiteurs à domicile sur le groupe expérimental)et l'étape II (intervention des visiteurs à domicile sur le groupe expérimental).

c) Les données cumulatives des échantillons du deuxième sondage sur la persévérance, pour les deux étapes de Tévec

Nous avons mené deux sondages sur la persévérance de la clientèle à la fin des deux étapes de Tévec (juin 1968 et juin 1969). Les chiffres indiqués pour la première étape dans le second sondage ont été corrigés ici en leur appliquant les pourcentages plus précis du premier sondage pour cette même étape. Nous avons donc une information cumulative correcte pour les deux échantillons indépendants (celui de l'ensemble de la clientèle et celui des faiblement scolarisés seulement). Voici donc le tableau des personnes inscrites déclarées présentes au début et à la fin des deux étapes pour les deux échantillons (nous avons éliminé les répondants qui ont déclaré n'avoir pas même suivi les premiers cours télévisés).

Tableau 1

Débutants et persévérants aux deux étapes de Tévec dans les deux échantillons

Etape / Echantillon — Débutants et persévérants	Etape I (1)		Etape II	
	0 à 5 ans	Clientèle totale	0 à 5 ans	Clientèle totale
Persévérants réels à la fin d'une étape	53	104	33	62
Total réel au début d'une étape	174	256	57	100

(1) Chiffres du deuxième sondage corrigés par les données du premier.

2- COMPARAISON DES ECARTS DES TAUX DE PERSEVERANCE ENTRE LES DEUX ETAPES DE TEVEC POUR LES DEUX ECHANTILLONS

a) Hypothèse:

Si l'influence des visiteurs à domicile sur les faiblement scolarisés a été déterminante quant à la persévérance de ces derniers, on devra observer entre les deux étapes de Tévec un plus grand accroissement dans le taux de persévérance des 0 à 5 ans que dans celui de la clientèle globale. En d'autres mots, la différence (δ) entre le taux de persévérance de la deuxième étape et celui de la première étape devra être plus grande (i.e. plus fortement améliorée) chez les 0 à 5 ans (s) que chez la clientèle globale (t). Hypothèse: $\delta_t < \delta_s$.

b) Contrôle statistique de l'hypothèse

Si nous supposons, par principe méthodologique, qu'il y a eu une absence d'influence des visiteurs à domicile sur la persévérance des sous-scolarisés, nous devons formuler cette hypothèse nulle de la manière suivante: $H_o: \delta_t \simeq \delta_s$ (à l'intérieur des marges de variation attribuables au hasard de l'échantillonnage). Notons encore que l'hypothèse nulle est dans le cas présent particulièrement sévère, puisque le groupe "contrôle" comprend déjà environ 14% de personnes ayant 5 années et moins de scolarité (groupe "expérimental").

Symboles:

I: première étape de Tévec (janvier à juin 1968)

II: deuxième étape de Tévec (octobre 1968 à juin 1969)

s: clientèle faiblement scolarisée (0 à 5 ans de scolarité)

t: clientèle totale inscrite

P: nombre de persévérants (dans un échantillon) à la fin d'une étape

N: nombre (dans un échantillon) de persévérants réellement présents au début d'une étape

Si nous supposons qu'il n'y a eu aucune influence mesurable des visiteurs à domicile sur le degré de persévérance des sous-scolarisés durant la deuxième étape de Tévec, nous devrons constater alors l'égalité suivante:

$$H_o: \left(\frac{P_t}{N_t}\right)_{II} - \left(\frac{P_t}{N_t}\right)_{I} \simeq \left(\frac{P_s}{N_s}\right)_{II} - \left(\frac{P_s}{N_s}\right)_{I}$$

$$H_o: \left(\frac{62}{100}\right) - \left(\frac{104}{256}\right) \simeq \left(\frac{33}{57}\right) - \left(\frac{53}{174}\right)$$

En transformant ces taux de persévérance en pourcentages, on a:

H_o: 62% - 40.6% $\simeq$ 57.9% - 30.4

H_o: 21.4% $\simeq$ 27.5%

L'accroissement du taux de persévérance des 0 à 5 ans de scolarité entre la première et la seconde étape de Tévec a donc été supérieur de 6.1% à celui de l'échantillon de la clientèle globale. Nous n'appliquerons pas de test

statistique à ces différences dans l'accroissement de la persévérance, d'abord parce que l'ordre de grandeur des différences est trop considérable pour donner des résultats intéressants; ensuite, parce que l'hypothèse doit être formulée de façon à nous permettre de comparer directement l'échantillon "contrôle" et l'échantillon "expérimental" entre eux aux deux étapes pour mesurer leurs différences dans le temps.

3- COMPARAISON DIRECTE DES DIFFERENCES ENTRE LES DEUX ECHANTILLONS AUX DEUX ETAPES DE TEVEC

L'hypothèse nulle sera ici formulée de manière que nous puissions contrôler la différence des taux de persévérance des échantillons entre les deux étapes (et parce que la majorité des abandons ont déjà eu lieu à la première étape, la persévérance tend à se stabiliser à la seconde). Nous comparons alors directement entre eux les taux de persévérance des deux échantillons, tant à la première qu'à la seconde étape. L'hypothèse nulle n'est plus alors

$H_o: \delta_{t\,(II-I)} \simeq \delta_{s\,(II-I)}$, mais

$H_o: \delta_{I\,(t-s)} \simeq \delta_{II\,(t-s)}$.

a) En appliquant les symboles utilisés plus haut (en 2b), l'hypothèse nulle se lit comme suit:

$$H_o: \left(\frac{P_t}{N_t} - \frac{P_s}{N_s}\right)_I \simeq \left(\frac{P_t}{N_t} - \frac{P_s}{N_s}\right)_{II}$$

$$H_o: \frac{104}{256} - \frac{53}{174} \simeq \frac{62}{100} - \frac{33}{57}$$

$$H_o: 40.6\% - 30.4\% \simeq 62.0\% - 57.9\%$$

$$H_o \qquad 10.2\% \simeq 4.1\%$$

b) Degré de signification statistique des différences observées

L'écart entre les deux différences (de persévérance moyenne des deux échantillons) dans le temps est de 6.1% comme dans notre première comparaison, mais cette fois l'ordre de grandeur des deux différences permet d'appliquer un contrôle plus rigoureux.
Selon l'hypothèse nulle, les degrés de signification statistique des deux différences de moyennes observées devraient être égaux. Ce que nous allons comparer, par conséquent, ce sont deux tests sur ces différences entre moyennes d'échantillons: un pour chaque étape.
Si nous appliquons aux deux termes de l'hypothèse nulle un test de différence de proportions (1), l'ordre de grandeur du "Z" doit être à peu près égal aux deux étapes de Tévec pour l'écart mesuré entre la persévérance de l'échantillon global et celle de l'échantillon des 0 à 5 ans de scolarité; H_o: $Z_I \simeq Z_{II}$.

Si au contraire l'influence des visiteurs à domicile sur la persévérance des faiblement scolarisés a été déterminante, alors le "Z" de la deuxième étape devrait être beaucoup plus faible que celui de la première, soit H: $Z_I > Z_{II}$.

$$Z = \frac{p_{s_1} - p_{s_2}}{\sqrt{\hat{p}_u \hat{q}_u} \sqrt{\frac{N_1 + N_2}{N_1 N_2}}}$$

---

(1) Hubert M. BLALOCK, Social Statistics, New York (etc.): McGraw-Hill Co., 1960; pp.176-179.

. Première étape de Tévec (1):

$$Z_I = \frac{.406 - .304}{(.48135)\ (.09824)} = 2.17$$

Pour Z = 2.17, p = .015: l'hypothèse nulle est rejetée. La différence entre les taux de persévérance des deux échantillons est statistiquement significative, puisqu'il n'y a que 15 chances sur 1000 qu'elle soit attribuable au seul hasard de l'échantillonnage.

. Deuxième étape de Tévec (II):

$$Z_{II} = \frac{.620 - .579}{(.48883)\ (.16595)} = 0.506$$

Pour Z = 0.506, .308 $>$ p $>$ .305: l'hypothèse nulle est acceptée. La différence entre les taux de persévérance des deux échantillons n'est pas statistiquement significative, puisqu'il y a entre 305 et 308 chanches sur 1000 qu'elle soit attribuable au seul hasard de l'échantillonnage. Or, les deux échantillons comportent peu de risques de n'être par représentatifs de la population totale inscrite, puisqu'ils ont été stratifiés selon la taille démographique de la municipalité et selon le sexe, en appliquant les mêmes proportions que celles de la population totale inscrite. A la deuxième étape de Tévec, il ne subsistait donc plus de différence significative entre les deux taux de persévérance.

. Par conséquent, $Z_I > Z_{II}$, si l'on considère que les deux mesures se situent de part et d'autre du niveau acceptable de probabilité d'erreur statistique (p = .05). Par ailleurs, la différence entre les deux seuils de probabilité varie entre 0.293 et 0.290, ce qui est considérable.

c) Interprétation

Alors qu'à la première étape de Tévec la clientèle faiblement scolarisée avait un taux de persévérance significativement inférieur à celui de l'ensemble des inscrits, cette différence dans les degrés de persévérance a diminué jusqu'à un niveau statistiquement négligeable à la seconde étape (de 10.2% à 4.1%)."

"Comme cette hypothèse nulle, affirmant l'égalité des différences entre les échantillon aaux deux étapes de Tévec, s'est avérée extrêmement improbable (i.e. fausse en pratique), il faut en conclure qu'un facteur spécial a compensé le désavantage initial des personnes faiblement scolarisées et a entraîné un accroissement absolu de leur taux de persévérance, à la seconde étape, supérieur de 6.1% à l'accroissement de celui de la moyenne des inscrits. On est donc justifié de présumer que l'influence des visiteurs à domicile a augmenté d'une manière statistiquement significative le degré de persévérance de la clientèle faiblement scolarisée (0 à 5 ans) de Tévec, à la seconde étape."

4- AUTRES HYPOTHESES

Si Tévec n'avait pas offert à cette partie de sa clientèle les services des visiteurs à domicile, on aurait probablement observé chez ces adultes un taux de persévérance de 51.8% au lieu du 57.9% qui a été réellement observé entre le début et la fin de la seconde étape du programme de formation. Mais ce n'est pas tout.

Si l'on applique aux 174 personnes de l'échantillon des 0 à 5 ans de scolarité qui ont réellement commencé Tévec les 1.5% (4/256)de l'échantillon global qui ont terminé la première étape mais qui n'ont pas commencé la deuxième, il y aurait eu (2.6 personnes arrondies à 2 pour être plus conservateur encore) 2 personnes sous-scolarisées de moins parmi celles qui auraient commencé la deuxième étape que le nombre ayant terminé la première .Autrement dit: s'il n'y avait pas eu de visiteurs à domicile pour préparer la deuxième étape de Tévec, il y aurait eu probablement au plus (53 - 2)= 51 personnes de 0 à 5 ans de scolarité au début de la seconde étape. Nous disons "au plus", car nous supposons (ce qui n'est pas du tout certain) que les faiblement scolarisés n'auraient pas perdu plus d'effectifs, entre les deux étapes, que la moyenne de la clientèle de Tévec! Or, au lieu de 51 au début de la secoade étape, il y en a eu effectivement 57. On peut donc dire que l'influence des visiteurs à domicile a fait augmenter la proportion des persévérants sous-scolarisés, entre les deux étapes, au moins de 29.3% à 32.7%, soit un regain net de persérévance (minimum probable) de 3.4%, contre une perte de persévérance de 1.5% observée chez l'échantillon global de la clientèle de Tévec.

Allons plus loin encore. S'il n'y avait pas eu de visiteurs à domicile durant la deuxième étape, non seulement le nombre des adultes faiblement scolarisés au début de cette étape aurait été de 51 au lieu de 57, mais le taux de persévérance lui-même (dans l'hypothèse où l'écart de 13.2% se serait maintenu à la deuxième étape entre les deux échantillons ayant commencé les cours de Tévec) aurait été de 51.8% au lieu de 57.9%. En d'autres termes, on n'aurait pas finalement observé 33 persévérants sur 57 (57.9%) à la seconde

étape, mais au plus 26 sur 51 (51.8%). Entre le début de la première étape et la fin de la seconde, il y aurait donc eu un taux de persévérance global de 14.9% (26/174) chez les 0 à 5 ans de scolarité, au lieu de 18.9% (33.174). Les visiteurs à domicile ont donc ajouté 4% au moins au taux global de persévérance des personnes les plus faiblement scolarisées, malgré qu'ils n'aient exercé leurs fonctions qu'à la seconde étape; c'est là un taux d'accroissement relatif de l'ordre de 27% dans le nombre des persévérants. Supposons maintenant que les visiteurs à domicile aient été au service des adultes peu scolarisés dès la première étape. Il faut alors appliquer aux 174 personnes de l'échantillon qui ont commencé les cours le taux de persévérance observé à la première étape (53/174: 30.4%), plus le 6.1% supplémentaire (observé à la seconde étape) attribuable à l'influence des visiteurs à domicile (30.4% + 6.1% = 36.5%), soit 62.5 (arrondissons à 62) personnes persévérantes sur 174 au lieu de 53. A ce nombre, il faut encore ajouter le pourcentage de regain (32.7% - 30.4% = 2.3%) sur les persévérants hypothétiques de la première étape pour obtenir le nombre de ceux qui auraient commencé la deuxième étape: 36.5% + 2.3% = 38.8%. En d'autres termes, 67.5 (arrondissons encore à 67) personnes peu scolarisées sur les 174 ayant commencé Tévec auraient commencé la seconde étape. Puisque Tévec a eu effectivement des visiteurs à domicile durant cette étape, on peut appliquer à ce nombre hypothétique de 67 personnes le taux de persévérance réellement observé chez les faiblement scolarisés entre le début et la fin de l'étape II (57.9%). Selon cette hypothèse, le nombre de persévérants réels à la fin de la seconde étape aurait été de 38.8 personnes (qu'on peut arrondir à 39). Le taux de persévérance global (du début de Tévec à la fin de la seconde étape) de l'échantillon des faiblement scolarisés aurait donc été de 39 sur 174, soit de 22.4% au lieu du 18.9% observé.

On est donc en mesure de comparer deux hypothèses extrêmes avec les données observées à partir des échantillons de la clientèle de Tévec.

a) S'il n'y avait pas eu de visiteurs à domicile aux deux étapes de Tévec, le taux de persévérance de l'échantillon sous-scolarisé aurait été de 14.9% à la fin de la seconde étape. Les visiteurs à domicile ont donc effectivement produit une persévérance supérieure de 4% au moins au taux global de persévérance observé pour cette partie de la clientèle. En effet, au lieu de 26, c'est 33 personnes sur 174 (18.9%) qui ont effectivement terminé Tévec. Cela représente un taux d'accroissement relatif de presque 27% dans le degré de persévérance par rapport à celui qui aurait été obtenu sans visiteurs à domicile aux deux étapes.

b) S'il y avait eu des visiteurs à domicile aux deux étapes de Tévec, le taux global de persévérance du groupe sous-scolarisé aurait été de 22.4%, soit 3.5% de plus que celui qui a été constaté réellement dans Tévec (18.9%). En effet, au lieu de 33, c'est 39 personnes sur les 174 de l'échantillon qui auraient terminé Tévec. Le taux d'accroissement relatif du degré de persévérance aurait été, dans cette hypothèse, de l'ordre de 18% par rapport à celui qu'on a constaté dans Tévec.

c) Une présence continue des visiteurs à domicile aux deux étapes aurait entraîné un taux global de persévérance supérieur de 7.5% au moins à celui qui aurait été observé dans l'hypothèse de leur absence continue aux deux mêmes étapes (22.4% contre 14.9%). Alors, au lieu de 26, c'est au moins 39 personnes, sur les 174 de l'échantillon qui auraient terminé

Tévec. Cette comparaison des hypothèses extrêmes donne donc, pour le cas des visiteurs à domicile aux deux étapes, un taux de persévérance augmenté de 50% par rapport à celui d'un "Tévec" sans visiteurs à domicile.
Ces chiffres sont, répétons-le, déjà conservateurs. Mais il y a plus. D'une part, si les visiteurs à domicile avaient été présents au début de la première étape, ils auraient sûrement "rescapé" une certaine proportion des inscrits (peut-être 2.3% comme à la seconde étape) qui n'avaient pas même suivi les tout premiers cours télévisés (les "faux inscrits" ou "faux abandons" que nous avons préalablement éliminés des deux échantillons). Cette proportion aurait probablement été d'autant plus forte que les 0 à 5 ans étaient plus motivés au départ que la clientèle globale (10.7% de "faux inscrits" contre 15.1% chez la clientèle globale nominalement inscrite à Tévec). Par ailleurs, les abandons dans les deux semaines de janvier 1968 (calculés toujours sur les échantillons de la clientèle nominalement inscrite) ont été de 21.3% chez les faiblement scolarisés (0 à 5 ans) contre 12.7% chez la clientèle globale de Tévec. Les 0 à 5 ans ont abandonné plus que l'ensemble de la clientèle "tévécoise" à la fin de janvier 1968 (32.0% contre 27.8%), mais la majorité de ces abandons initiaux se sont produits après le début des cours plutôt qu'avant le 15 janvier, alors que c'est l'inverse que l'on a constaté chez la clientèle globale (15.1% d'abandons avant les cours contre 12.7% dans les deux semaines de janvier). C'est dans cette période que les motivations devaient être le plus instables et le plus fragiles—plus, en tout cas, qu'à la seconde

étape. Or c'est quand les gens se trouvent en état d'incertitude et d'indécision qu'un "support moral" (comme celui des visiteurs à domicile) a le plus de chances d'influencer de façon déterminante l'orientation de leurs décisions. On peut donc supposer que, non seulement les visiteurs à domicile auraient rescapé un certain nombre des "faux abandons" d'avant le début des cours (1), mais que l'amélioration nette de la persévérance entre le début et la fin de la première étape de Tévec aurait été supérieure à 6.1%.(chiffre de la seconde étape, alors que les motivations s'étaient stabilisées). Ce pourcentage d'accroissement absolu aurait pu atteindre très probablement les 10 à 15% par rapport au taux de persévérance effectivement observé à la fin de la première étape de Tévec.

Par exemple, une augmentation absolue du degré de persévérance de l'ordre de (30.4% + 10%) = 40.4% à la fin de la première étape aurait représenté un accroissement relatif de 32% environ (72 personnes au lieu de 54 sur 178, dans l'hypothèse où 178 personnes auraient commencé à suivre Tévec). En ajoutant le pourcentage de regain observé de 2.3% au chiffre de persévérance (40.4%) de cette hypothèse "optimiste", on aurait eu: (40.4% + 2.3%) = 42.7%,

---

(1) Par exemple, si l'on suppose que le taux de "regain", au début de la première étape, sur les 10.7% (21 sur 195) nominalement inscrits mais qui n'ont suivi aucun cours télévisé, ait été de 2.3% comme au début de la seconde étape, alors 178 personnes sur 195 auraient commencé à suivre Tévec, au lieu des 174 observés; et 40 personnes sur ces 178 se seraient rendues jusqu'au terme du programme de formation (22.4%).

soit 76 personnes au début de la seconde étape, dont 57.9% (ou 44 personnes) se seraient rendues jusqu'à la fin de Tévec. Ce nombre aurait représenté un accroissement relatif de 33.3% par rapport au taux de persévérance observé dans Tévec, soit 24.7% (sur 178) au lieu de 18.9% (sur 174); et un accroissement relatif de 65.7% par rapport au taux de persévérance qui aurait été obtenu s'il n'y avait pas eu de visiteurs à domicile aux deux étapes (soit 24.7% au lieu de 14.9%). Et ce ne sont pas là des hypothèses farfelues.

5- PROJECTIONS DES COMPORTEMENTS DE PERSEVERANCE DES DEUX ECHANTILLONS AUX POPULATIONS TOTALES CORRESPONDANTES

. Nous allons ici présenter les données et les calculs concernant les taux globaux de persévérance et d'abandon, entre le début de Tévec et la fin de la seconde étape, pour la clientèle inscrite dans son ensemble et pour la fraction faiblement scolarisée de cette clientèle (les 0 à 5 ans de scolarité). En nous fondant sur les chiffres du sondage de juin 1969, nous établirons d'abord les données sûres pour les deux échantillons correspondant à ces populations-clientèles. Ce sondage récapitulait l'ensemble des deux périodes de Tévec. Comme la partie couvrant la première étape était plus faible (en raison de l'éloignement dans le temps), nous avons corrigé les chiffres correspondants au moyen des taux observés au premier sondage, comme il a été vu plus haut.

. Le taux de persévérance "vraie" dépend du critère conventionnel que l'on choisit pour fixer le point de départ de la participation à un tel programme de formation. Comme il a été signalé dans une section antérieure, il est possible de

définir trois bases de calcul pour déterminer le taux de persévérance ou d'abandon de la clientèle inscrite de Tévec:

a) le nombre de personnes nominalement inscrites à l'automne 1967;

b) le nombre de personnes affirmant avoir suivi au moins un cours télévisé à partir du 15 janvier 1968;

c) le nombre de personnes affirmant avoir suivi au moins un cours télévisé au début de la première semaine de février 1968 (c'est le nombre de personnes ainsi présentes au début de la troisième semaine d'un programme de cours qui définit la clientèle "vraie" selon les normes du système statistique officiel en vigueur à la Direction générale de l'Education permanente).

Nous présenterons donc les taux de persévérance et d'abandon des deux échantillons de la clientèle selon ces trois critères considérés séparément. Ces taux seront ensuite appliqués de la même manière aux chiffres de la population totale inscrite, pour l'ensemble de la clientèle d'abord, ensuite pour la fraction faiblement scolarisée. Nous appellerons ces trois critères:

a) le nombre nominal

b) le nombre minimal

c) le nombre officiel

Tableau 2

Taux de persévérance et d'abandon des deux échantillons de la clientèle de Tévec, selon trois critères conventionnels

Echantillon de clientèle / Catégories	Echantillon global de la clientèle	Echantillon des 0 à 5 ans de scolarité
Nominalement inscrits: critère nominal (A)	301	195
Présents en janvier 1968: critère minimal (B)	256 (Perte: 15.1%)	174 (Perte: 10.7%)
Présents au début de février 1968: critère officiel (C)	217 (Perte: 27.8%)	133 (Perte: 32.0%)
Persévérants à la fin de mai 1969	62	33
Taux de persévérance nominal (A)	20.6% (Abandon nominal: 239: 79.4%	16.9% (Abandon nominal: 162: 83.1%)
Taux de persévérance minimal (B)	24.2% (Abandon minimal: 194: 75.8%	18.9% (Abandon minimal: 141: 81.1%)
Taux de persévérance officiel (C)	28.5% (Abandon officiel: 155: 71.5%	24.8% (Abandon officiel: 100 75.2%)

Ces calculs opérés sur les deux échantillons représentatifs peuvent être appliqués maintenant aux deux populations totales correspondantes.

On sait que la clientèle totale inscrite comprenait 34,532 personnes. Par ailleurs, l'analyse des caractéristiques de la clientèle portant sur 32,307 inscrits détermine

à 14.55% (4,712 sur 32,307) la proportion des adultes ayant une scolarité de 0 à 5 ans (1). Si on applique ce pourcentage à la clientèle complète (34,532), on obtient le nombre total probable de la clientèle de 0 à 5 ans de scolarité, soit 5,024 personnes.

---

(1) Jean-Guy DARVEAU, Description de la population inscrite à Tévec (1): Relation entre le sexe, l'âge et la scolarité, Bulletin de recherche TEVEC, No 4, 12 février 1968, p.8.

Tableau 3

Projection des taux de persévérance et d'abandon des échantillons à la clientèle globale et à la clientèle de 0 à 5 ans de scolarité dans Tévec, selon trois critères conventionnels

Clientèles / Catégories	Ensemble de la clientèle inscrite	Clientèle de 0 à 5 ans de scolarité
Nominalement inscrits: critère nominal (A)	34,532	5,024 (14.55% de 34,532)
Présents en janvier 1968: critère minimal (B)	29,318 (Perte: 15.1%)	4,486 (Perte: 10.7%)
Présents au début de février 1968: critère officiel (C)	24,932 (Perte: 27.8%)	3,416 (Perte: 32.0%)
Persévérants à la fin de mai 1969	7,112 (1)	848 (2)
Taux de persévérance nominal (A)	20.6% (Abandon nominal: 27,420 79.4%)	16.9% (Abandon nominal: 4,176: 83.1%)
Taux de persévérance minimal (B)	24.2% (Abandon minimal: 22,206: 75.8%)	18.9% (Abandon minimal: 3,638: 81.1%)
Taux de persévérance officiel (C)	28.5% (Abandon officiel: 17,820: 71.5%)	24.8% (Abandon officiel: 2,568: 75.2%)

(1) Etant donné les imprécisions de calcul attribuables aux décimales arrondies des pourcentages, nous avons calculé directement la moyenne des trois proportions de l'échantillon sur la population totale pour trouver le nombre de persévérants: [(A) 7112.5 + (B) 7100.4 + (C) 7123.4] ÷ 3 ≃ 7112.

(2) Moyenne des trois statistiques projetant les pourcentages de l'échantillon pour déterminer le nombre total des persévérants: [(A) 849 + (B) 848 + (C) 847] ÷ 3 = 848.

6- CONCLUSION

Avec ces projections valables pour la clientèle totale, on peut traduire en chiffres globaux les effets mesurables des visiteurs à domicile sur la persévérance de la clientèle faiblement scolarisée de Tévec. Nous prendrons les pourcentages calculés à partir du critère "minimal" employé dans nos calculs précédents. Ce procédé ne change rien aux nombres absolus de persévérants. Il ne changerait que le nombre absolu des abandons, selon le critère de départ retenu.

a) Nous avons calculé que, s'il n'y avait pas eu de visiteurs à domicile durant la deuxième étape de Tévec, la persévérance des adultes faiblement scolarisés (0 à 5 ans) aurait été de 26 personnes sur 174 (14.9%) au lieu des 33 (18.9%) persévérants observés dans l'échantillon du deuxième sondage. Transposés à l'échelle de la clientèle totale des faiblement scolarisés, ces chiffres signifient que (848 - 670) = 178 personnes au moins doivent à l'influence des visiteurs à domicile d'avoir pu se rendre jusqu'à la fin du programme de formation de Tévec, parmi les 848 persévérants constatés, soit un accroissement relatif de 27% environ du taux de persévérance.

b) D'autres calculs ont montré que, s'il y avait eu des visiteurs à domicile aux deux étapes de Tévec, la persévérance des faiblement scolarisés aurait été de 39 personnes (au moins) sur 174 (22.4%), au lieu des 33 (18.9%) observés effectivement en juin 1969 dans l'échantillon du deuxième sondage. En appliquant ces proportions à la clientèle totale des faiblement scolarisés, on obtient un nombre hypothétique minimum de 1005 persévérants probables, soit 157 personnes de plus que le nombre de persévérants (848) effectivement constaté dans Tévec. Donc un accroissement relatif de 18% environ du taux de persévérance.

c) Si on compare un"Tévec" sans visiteurs à domicile avec un"Tévec" employant des visiteurs à domicile aux deux étapes, la différence entre ces hypothèses extrêmes donne un nombre de persévérants supplémentaires de (1005 - 670) = 335 personnes. On peut donc conclure hypothétiquement que le fait d'ajouter des visiteurs à domicile au personnel actif d'un programme multi-média du genre de Tévec accroît de 50% au moins le nombre des persévérants escomptés au terme du programme. Cette influence pourrait tout aussi bien jouer pour l'ensemble d'une clientèle inscrite. D'autres résultats de nos recherches nous incitent toutefois à penser que l'influence positive de visiteurs à domicile sur la persévérance des adultes est d'autant plus forte que les gens en ont plus besoin, c'est-à-dire d'autant plus forte que les personnes sont moins scolarisées. Il reste que, dans l'ensemble, cette influence sur la persévérance à la deuxième étape de Tévec a été considérable.
Il y a donc lieu de croire qu'un tel investissement est probablement rentable, puisque — moyennant un coût supplémentaire "X"—, on accroît d'un degré "Y" le nombre des persévérants réels, diminuant ainsi le coût per capita du programme de formation. Il y aurait intérêt à effectuer les calculs pertinents à ce sujet, en termes de rentabilité économique, pour mesurer l'"utilité marginale" d'investir dans un personnel de visiteurs à domicile et pour déterminer, s'il y a lieu, des seuils (ou limites) de rentabilité pour des clientèles de tailles diverses.